



DIKTAT

JURNALISTIK ONLINE

OLEH:

ANDINI NUR BAHRI
NIP. 198706 13 2018 01 2001

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Alhamdulillah Rabbil 'Aalamin, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan modul ini. Shalawat dan salam dengan ucapan Allahumma sholli 'ala Muhammad wa 'ala ali Muhammad penulis sampaikan untuk junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.

Modul ini disusun untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan dalam menempuh mata kuliah Jurnalistik Online. Modul ini disusun dengan kualifikasi merangkum semua materi teoritis. Teknik penyajiannya dilakukan secara pertopik pertemuan sebanyak 2 sks.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa modul ini tentu punya banyak kekurangan. Untuk itu penulis dengan berlapang dada menerima masukan dan kritikan konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya di masa yang akan datang. Akhirnya kepada Allah jualah penulis bermohon semoga semua ini menjadi amal saleh bagi penulis dan bermanfaat bagi pembaca.

Medan, ... September 2019

Penulis,

Andini Nur Bahri, M.Kom.I

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I. PENGERTIAN JURNALISTIK.....	1
1.1. Defenisi Jurnalistik.....	1
1.2. Unsur-Unsur dalam Jurnalistik.....	6
1.3. Ciri-Ciri Jurnalistik.....	7
1.4. Produk Jurnalistik.....	8
BAB II. KODE ETIK JURNALISTIK	12
2.1. Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI)	12
2.2. Pengawasan Kode Etik Jurnalistik.....	14
2.3. Pelanggaran Terkait Kode Etik di Kalangan Wartawan	15
BAB III. SEMBILAN ELEMEN JURNALISTIK.....	16
3.1. Element.....	16
3.2. Fungsi Jurnalistik.....	18
3.3. Prinsip Jurnalistik	20
3.4. Perkembangan Jurnalistik Era Modern.....	21
BAB IV. JURNALISME ONLINE	23
4.1. Jurnalisme Online	23
4.2. Pengertian Jurnalisme Online	24
4.3. Kode Etik Jurnalisme Online	26
4.4. Jenis Jurnalisme Online	27
4.5. Karakteristik Jurnalisme Online.....	28
4.6. Keunggulan jurnalisme online.....	30
4.7. Kelebihan dan Kekurangan Jurnalisme Online	33
4.8. Kode Etik Jurnalisme Online	34
4.9. Jurnalisme Online dan Demokrasi	35
4.10. Migrasi Pemberitaan Media Online Versus Surat Kabar	38
4.11. Etika dalam Jurnalisme Online	39
4.12. Etika Jurnalisme dan Tantangan Masa Kini.....	40

4.13.	Gaya Penulisan Naskah Media Online	43
4.14.	Statement Netizen Sebagai Sumber	43
<i>BAB V. MEDIA ONLINE</i>		49
5.1.	Media Online Sebagai Media Baru (The New Media)	49
5.2.	Media dalam Mengkonstruksi Realitas	52
5.3.	Latar Belakang Media Dalam Memproduksi Berita	56
5.4.	Organisasi Media Sebagai Pengambil Kebijakan Dalam Mengkonstruksi Berita	56
5.5.	Framing Sebagai Cara untuk Mengurai Makna Di Balik Berita	57
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>		60

BAB I. PENGERTIAN JURNALISTIK

1.1. Defenisi Jurnalistik

Secara Etimologi Jurnalistik dari dua suku kata, *Jurnal* dan *Istik*. kata *jurnal* berasal dari bahasa Prancis, *journal* yang berarti catatan harian.¹ Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) edisi ketiga tahun 2005, terdapat kata *jurnalisme* dan *jurnalistik*. *jurnalisme* adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis dan mengedit, serta menerbitkan berita dalam surat kabar atau lainnya. Sementara *Jurnalistik* adalah sebagai sesuatu yang menyangkut kewartawanan dan persuratkabaran. Bersama dengan itu wartawan disepadankan dengan kata jurnalis, yaitu orang pekerjaannya mengumpulkan dan menulis berita dalam surat kabar dan lain sebagainya.²

Secara Istilah Jurnalis pun berasal dari bunyi istilah *diurnarius* atau *diurnarii* itu, yang pada hakikatnya mengandung arti “orang yang mencari dan mengolah” informasi untuk kemudian dijual kepada mereka yang membutuhkannya. Dengan demikian, istilah jurnalistik mengandung keterampilan atau karya seni para jurnalis, dalam arti mencari, memilih atau mengumpulkan, serta mengolah naskah berita untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.

Disamping itu Defenisi Jurnalistik untuk memperjelas pengertian kita mengenai jurnalistik, kiranya perlu adanya batasan tertentu (Defenisi) yang dapat menunjukkan ciri-ciri, dasar-dasar dan gejala-gejala utama yang dipelajarinya. Agar semua orang yang berkepentingan terhindar dari kekacauan atau keseimbangan yang menimbulkan salah tafsir atau pengertian. dibutuhkan suatu defenisi tentang jurnalistik yang tepat. defenisi yang tepat dijadikan titik tolak atau pedoman berpikir dalam memahami aspek yang berkaitan dengan apa yang disebut jurnalistik itu.

Adapaun wujud defenisi itu sendiri memiliki ciri-ciri:

1. berbentuk pernyataan berupa kalimat yang terdiri dari anak kalimat; yaitu yang diterangkan dan menerangkan,

¹Erwan Efendi dkk. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, (Depok: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 3.

²Azwar. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 1.

2. diantara kedua anak kalimat tersebut digunakan kata kopula (adalah atau ialah),
3. uraiannya bersifat teoritis dan abstrak.

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya.³

Adapun kita simak semua pendapat itu secara cermat, tampak ada beberapa kesamaan pengertian secara prinsipiel. semua definisi yang dikemukakannya tidak terlepas dari ciri utamanya yang hakiki bagi jurnalistik yang dimaksudkannya, yaitu keterampilan atau seni menyusun pemberitahuan, penyampaiannya yang menarik perhatian. serta bertujuan untuk memengaruhi khalayak atau publiknya. adapun perbedaan dalam menyatakannya tidak lain disebabkan oleh latarbelakang pengetahuan dan sudut pandang mereka masing-masing, yang satu sama lain tidak sama.

Istilah jurnalistik berasal dari Bahasa Belanda "*jurnalistic*". Seperti halnya dengan istilah Bahasa Inggris "*jurnalism*", merupakan terjemahan dari Bahasa Latin "*diurna*" yang berarti harian atau setiap hari.⁴ Menurut *Webster Dictionary*, jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan berita atau memproduksi surat kabar. Secara singkat, jurnalistik adalah kegiatan yang dilakukan oleh wartawan. Kegiatan tersebut meliputi menyiapkan, menulis, mengolah/mengedit dan menyiarkan suatu berita.⁵

Definisi jurnalistik, menurut literatur memang banyak. Para tokoh komunikasi atau tokoh jurnalistik mendefinisikannya berbeda-beda, tetapi hakikatnya sama, yakni jurnalistik adalah proses membuat berita untuk khalayak atau publik. Jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputannya sampai penyebarannya kepada masyarakat, serta mengenai apa saja yang terjadi di dunia, yaitu apapun yang terjadi, baik peristiwa faktual, fakta (fact), maupun pendapat seseorang (opini), untuk menjadi berita kepada khalayak.

³ Erwan Efendi dkk. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, (Depok: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 5-6.

⁴ M. Yoserizal Saragih, *Diktat Jurnalistik*, (Medan: IAIN Sumatera Utara, 2005), h. 1

⁵ Yadi Sastro dan Edi Sudrajat, *Modul 1 (Teknik Mencari dan Menulis Berita)*, SKOM4330, h. 12

Adapun istilah merujuk pada kata estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Dapat disimpulkan bahwa secara etimologis jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari, karya yang memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya terdiri atas dua kata, yaitu jurnal dan istilah. Kata jurnal berasal dari bahasa Perancis. Tokoh-tokoh tersebut diantaranya adalah Astrid S Susanto yang mengartikan jurnalistik sebagai kejadian pencatatan dan pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari.⁶

Secara psikologis, jurnalistik memegang peranan penting dalam hubungan antarmanusia. Dua unsur naluri atau perasaan yang dimiliki masing-masing manusia ikut mendorong aktivitas jurnalistik tersebut, yaitu a. *sense of curiosity* yaitu perasaan atau naluri ingin tau. b. *sense of publicity*, yaitu perasaan ingin memberi tahu dan menyebarkan sesuatu.

a) Sense of Curiosity

Setiap manusia ingin mengetahui tentang apa-apa yang menyangkut dirinya, keluarganya, dan orang lain. Dia ingin mengetahui apa yang terjadi di sekelilingnya dan dunia lainnya. Setiap manusia bahkan ingin mengetahui kemungkinan apa yang akan terjadi dalam hubungan antarmanusia.

Secara psikologis dan sosiologis, manusia itu tenggelam dalam lalu lintas arus peristiwa atau informasi setiap hari, perasaan, naluri dan keingintahuan manusia mengenai dirinya, orang lain, dan masyarakat sekelilingnya dalam lalu lintas komunikasi massa dapat dilayani dalam aktivitas yang disebut dengan aktivitas jurnalistik.

b) Sense of Publicity

Manusia juga mempunyai perasaan ingin memberitahu orang lain, apalagi jika pemberitahuan itu menyangkut peristiwa yang menarik dan penting, jadi hubungan timbal balik antara rasa keingintahuan dan keinginan memberitahu pada akhirnya memunculkan aktivitas jurnalistik.⁷

⁶ *Ibid.*, hal. 54

⁷ Helena Ollie, *Berita Dan Informasi*, (PT Macanan Jaya Cemerlang: 2007), h, 18-19.

Dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar yaitu:

- Jurnalistik media cetak (koran dan majalah)
- Jurnalistik media elektronik auditif (radio)
- Jurnalistik media audiovisual (televisi)

Undang-undang Nomor 40/1999 tentang pers menjelaskan lebih rinci. Dalam pasal 1 ayat 1, dijelaskan apa itu pers sekaligus apa itu kegiatan jurnalistik. Bunyi pasal tersebut selengkapnya sebagai berikut:

“Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, data, grafik, maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia”⁸

Telah disebutkan, kegiatan jurnalistik itu meliputi menyiapkan, menulis, mengolah/mengedit, dan menyiarkan berita. Orang yang menjalankan fungsi jurnalistik ini disebut jurnalis atau wartawan. Tingkatan wartawan terbentang dari wartawan pemula sampai pemimpin redaksi. Dari sisi fungsi, wartawan yang bekerja di sebuah media dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang selalu terjun ke lapangan (reporter) serta yang banyak di kantor dengan tugas menulis akhir dan menyunting (redaktur dan editor). Ini bukan pembagian yang kaku. Sering kali redaktur, bahkan pemimpin redaksi, juga terjun melakukan tugas lapangan, yakni reportase dan wawancara.

c) Bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolannya. Jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar: jurnalistik media cetak (newspaper and magazine journalism). Jurnalistik media elektronik auditif (Radio Broadcast Journalism). Jurnalistik media audiovisual (television journalism). Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, jurnalistik majalah.

⁸ Yadi Sastro dan Edi Sudrajat, Modul 1 (*Teknik Mencari dan Menulis Berita*), SKOM4330, h. 13

Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet).⁹

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya itu anatar lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Sebagai contoh filosofi surat kabar harian menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak di pengaruhi oleh dua factor yakni factor verbal dan visual. Verbal sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dalam paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual menunjukkan kemampuan kita dalam menata, menepatkan, mendesain tata letak atau hal hal yang menyangkut segi perwajahan.

2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik audit atau radio siaran, lebih banyak di pengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisik, verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatik. Teknologikal berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima rumah-rumah. Dramatik berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatis yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan

⁹ A.S Haris Sumandiria. *Jurnalistik Indonesia* (Simbiosis Rekatama Media,2005) hal 4-5

secara simultan. Dengan aspek dramatik, seluruh panca indera khalayak pemirsa bekerja secara optimal.

1.2. Unsur-Unsur dalam Jurnalistik

Istilah jurnalistik sering kita dengar. Jurnalistik selalu hadir di tengah-tengah masyarakat. Hal ini sejalan dengan pergaulan hidup yang dinamis, terus berkembang, terlebih dalam kehidupan masyarakat modern saat ini. Perkembangan jurnalistik tersebut tidak lain didukung oleh unsur-unsur yang ada dalam jurnalistik itu sendiri. Unsur-unsur pendukung tersebut di atas :

a) Jurnalist (wartawan)

Wartawan merupakan orang-orang yang bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengelola bahan pemberitaannya menjadi konsep berita, komentar, dan iklan (*advertensi*) yang akan disiarkan. Wartawan juga bisa dikatakan sebagai jurnalis. Berdasarkan tugas dan karya yang dihasilkannya, wartawan dapat dibedakan menjadi dua. Sedangkan sisi lainnya, dengan penggunaan bahasa juga mungkin bisa mencelakakan penulis. Kemungkinan ini bisa terjadi bila pemilihan kata yang kurang hati-hati. Seperti pepatah yang sering kita dengar yaitu "mulutmu adalah harimaumu". Sedangkan bagi para jurnalis atau wartawan pepatah tersebut bisa diganti dengan "penamu adalah harimaumu".

b) Bahasa jurnalistik

Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa yang digunakan dalam majalah, surat kabar, televisi, atau radio. Sebagai suatu ragam bahasa jurnalistik tentu memiliki ciri tertentu, seperti: pertama, bahasa jurnalistik harus terpelihara. Berikut pedoman bahasa jurnalistik :

1. Ringkas, hemat kata dengan menghilangkan bagian yang tidak penting.
2. Jelas, mudah dimengerti dan tidak mengundang pembaca untuk bertanya-tanyadan membingungkan
3. Tertib dan patuh pada aturan atau norma yang berlaku dalam menulis berita; penggunaan bahasa, susunan kata, prioritas dan sebagainya.
4. Singkat, harus diperhatikan titik, koma dan tanda baca lain harus diperhatikan.

5. Menarik, menulis berita yang menarik sangat penting yang menjadi tugas wartawan yang ditentukan oleh kemampuannya menulis.¹⁰

1.3. Ciri-Ciri Jurnalistik

Jurnalistik menurut Luwi Ishwara, mempunyai ciri-ciri yang penting untuk kita perhatikan yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

- Skeptis
Skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima dan mewaspadai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skeptis adalah keraguan. Media janganlah puas dengan permukaan sebuah peristiwa, serta enggan untuk mengingatkan kekurangan yang ada di dalam masyarakat. Wartawan haruslah terjun ke lapangan, berjuang, serta menggali hal-hal eksklusif.
- Bertindak (action)
Wartawan tidak menunggu sampai peristiwa itu muncul, tetapi akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan.
- Berubah
Perubahan merupakan hukum utama jurnalistik. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tapi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi.
- Seni dan profesi
Wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik.
- Peran pers
Peran sebagai pelapor, bertindak sebagai mata dan telinga public, melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu, pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil publik, peran jaga, pembuat kebijaksanaan serta advokasi.¹¹

¹⁰Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini Pengantar ke Prakter Kewartaan* (Jakarta: Ghalia Indonesia,1982), hal. 111

¹¹ Luwi Ishwara, *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2005), h. 5

1.4. Produk Jurnalistik

Produk Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, bulletin atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media on line internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut jurnalistik. surat kabar, tabloid, majalah dan bulletin digolongkan kedalam tiga kelompok besar:

1. Berita (news),
2. Opini (views),
3. Iklan (Adversting)

Dari tiga kelompok tersebut hanya berita dan opini yang termasuk produk jurnalistik. Iklan bukan termasuk produk jurnalistik walaupun teknik yang digunakan nya merujuk pada teknik jurnalistik.¹²

Kelompok berita (news), meliputi antara lain berita langsung (straight news), berita menyeluruh (comprehensive news), Berita mendalam (depth news) pelaporan mendalam (depth reporting) berita menyelidik (investigative news) berita khas bercerita (feature news) berita gambar (photo news)

Kelompok opini (views) meliputi tajuk rencana, karikatur, pojok, atrikel, kolom, esai, dan surat pembaca. Sedangkan kelompok iklan mencakup berbagai jenis dan sifat iklan mencakup dari iklan produk barang dan jasa, iklan keluarga seperti iklan duak cita, sampai iklan kepada layanan masyarakat.¹³

1. Tajuk Rencana

Tajuk Rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual, fenomenal dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Suara tajuk rencana bukanlah suara perorangan atau pribadi-pribadi yang terdapat di jajaran redaksi atau bagian produksi dan sirkulasi, melainkan suara kolektif seluruh karyawan dan wartawan dari suatu lembaga penerbitan pers. Karena merupakan suara lembaga, maka tajuk rencana tidak ditulis dengan mencantumkan nama penulisannya.

¹² Ishwara, *catatan-catatan jurnalisisme dasar* Jakarta Kompas 2007 hal 15

¹³ A.S. Haris Sumandiria. *Jurnalistik Indonesia* (Simbiosis Rekatama Media,2005) hal 6-10

2. Karikatural

Karikatural berasal dari bahasa Italia. *caricare* yang artinya melebih-lebihkan. kata *caricare* itu sendiri dipengaruhi kata *carattere* juga bahasa Italia, yang berarti karakter dan kata cara bahasa Spanyol berarti wajah. Menurut Lukman (1989:31) perkataan karikatur mulai digunakan untuk pertama kalinya oleh Mossini, orang perancis dalam sebuah karyanya berjudul *Diverse Figure* pada tahun 1646, sedangkan orang yang pertama memperkenalkan kata *caricature* adalah Lorenzo Bernini untuk karya-karyanya diperancis pada 1665.

Secara teknik jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsure kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek karikaturkan itu sendiri (Sumadaria, 2004:3).

3. Pojok

Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversial. Untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik dan adakalanya reflektif. Tujuannya untuk mencubit, mengingatkan atau menggugat sesuai dengan fungsi *control social* yang dimiliki oleh pers. Rubrik pojok memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan setiap surat kabar di Indonesia :

- a. Pojok berisi dua alinea. Alinea pertama menyajikan suntingan berita atau peristiwa. Alinea kedua menyajikan opini atau pandangan-pandangan surat kabar sebagai respons terhadap isi yang tersaji dalam alinea pertama.
- b. Isi yang disajikan baik dalam alinea pertama maupun dalam alinea kedua, biasanya terangkai dalam kalimat-kalimat pendek.
- c. Opini atau pandangan-pandangan dari lembaga surat kabar disajikan dalam kalimat yang bersifat sinis dan humoris.

Topic topic ulasan yang disajikan pojok sangat luas; social, ekonomi, politik, militer, olahraga, budaya, agama, kesenian, kebudayaannya, kriminalitas, kemanusiaan, tragedy,

flora, dan fauna. Gaya penyajian pojok sangat bebas dan pojok tetap harus memenuhi kaidah etis.¹⁴

4. Artikel

Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya actual dan tau controversial dengan tujuan yang meberitahukan (informative). Mempengaruhi dan meyakinkan (persuasive argumentative) atau menghibur khalayak pembaca boleh menulis artikel dengan lepas karena siapapun pembaca boleh menulis artikel dengan topic bebas sesuai dengan minat keahlian masing-masing.

a. Artikel Praktis

Artikel praktis lebih menekankan pada aspek ketelitian dan keterampilan daripada masalah pengamatan dan pengembangan pengetahuan serta analisis peristiwa. Artikel praktis biasanya ditulis dengan menggunakan pola kronologis. Artinya pesan disusun berdasarkan urutan waktu atau tahapan pekerjaan.

b. Artikel Ringan

Artikel ringan lazim digunakan atau ditemukan pada rubric anak-anak, remaja, keluarga. Artikel jenis ini lebih banyak mengangkat topic pembahasan yang ringan dengan cara penjaian yang ringan pula dalam arti tidak mengulas pikiran kita. Untuk menerima ataupun mencernanya, kita sebagai pembaca tidak memerlukan persiapan ataupun perhatian khusus.

c. Artikel Halaman opini

Artikel halaman opini lazim di temukan pada halaman khusus opini bersama tulisan opini, yang lain yakin tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom dan surat pembaca.

d. Artikel analisis ahli

Artikel jenis ini ditulis oleh ahli pakar dibidangnya dalam bidangnya dalam bahsayang populer dan komunikatif. Artikel analisis ahli mengupas secara tajam dan mendalam suatu persoalan yang sedang menjadi sorotan dan bahan hangat pembicaraan masyarakat. Topic yang diangkat dibahas macam-macam seperti; ekonomi, politik, pendidikan, social, agama, budaya, industry dan iptek.¹⁵

¹⁴ Murniah. Kesalahan Bahasa Jurnalistik Seputar Indonesia (Dad 20017) hal 9

¹⁵ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik teori dan praktik* (PT. Remaja Rosdakarya 2006) hal 14-16

5. Kolom

Kolom adalah opini singkat yang banyak menkan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang tedapat dalam masyarakat kolom lebih banyak mencerminkan cap pribadi penulis sifatnya memadat dan memakna. Kolom di tulis secara inferensial, biasanya dalam tulisan kolom terdapat foto penulis. Anjuran yang samastru tidak berlaku pada artikel.

6. Surat Pembaca

Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dan dimuat dalam rubrika khusus surat pembaca. Surat pembaca biasanya berisi keluhanatau komentar pembaca tentang apa saja yang menyangkut kepentingn dirinya atau masyarakat panjang surat pembaca rata-rata 2-4 paragraf. Rubrik surat pembaca lebih merupakan layanan publik dari pihak redaksi terhadap masyarakat.

BAB II. KODE ETIK JURNALISTIK

2.1. Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI)

Kemerdekaan pers merupakan sarana terpenuhinya hak asasi manusia untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers, wartawan Indonesia menyadari adanya tanggung jawab sosial serta keberagaman masyarakat.

Guna menjamin tegaknya kebebasan pers serta terpenuhinya hak-hak masyarakat diperlukan suatu landasan moral/etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas profesionalitas wartawan. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan kode etik:¹⁶

- Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.
- Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi serta memberikn identitas kepada sumber informasi.
- Wartawan Indonesia menghormati atas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.
- Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan cabul, serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila.
- Wartawan Indonesia tidak menerima suap, dan tidak menyalah gunakan profesi.
- Wartawan Indonesia memiliki hak tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan *off the record* sesuai kesepakatan.
- Wartawan Indonesia segera meralat dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan serta melayani hak jawab.

Pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik ini sepenuhnya diserahkan kepada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk untuk itu. Kode etik jurnalistik memegang peranan yang sangat penting dalam dunia pers dimana sebagai

¹⁶ Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2009), h. 315

pedoman nilai-nilai profesi kewartawanan, sehingga kode etik jurnalistik wajib dipahami dan dilaksanakan oleh wartawan. Oleh karena itu wartawan harus mematuhi kode etik jurnalistik yang disepakati oleh Dewan pers. Mematuhi kode etik jurnalistik yang disepakati oleh Dewan pers berarti wartawan paham dalam mencari, meliputi dan menyajikan berita tersebut, sehingga kode etik jurnalistik perlu dipahami, dilaksanakan oleh wartawan sebagai pedoman dalam menuliskan berita, agar berita yang disajikan akurat, berimbang, sesuai fakta di lapangan untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan orang lain. Etika jurnalistik harus berdasarkan standar aturan perilaku dan moral yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaannya. Etika jurnalistik ini tidak hanya untuk memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan jurnalis bersangkutan tetapi juga untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari jurnalis bersangkutan.

Di Jawa Timur di Kota Malang surat kabar harian Surya Malang masih digemar oleh sebagian orang untuk mendapatkan informasi berita terbaru yang terjadi di sekitarnya baik berita tentang ekonomi, politik, social dan budaya, adapun alasan peneliti memilih surat kabar harian surya malang sebagai objek penelitian karena berita-berita yang diterbitkan lebih nyata dimana menyediakan informasi yang jelas beserta dengan foto kejadian sehingga masyarakat mudah memahami isi berita yang disampaikan. Hal ini memberi dampak positif dimana gambar yang jelas memberikan berita yang disajikan juga jelas, namun disisi negative berita tersebut akan memberi pandangan tidak baik apabila dilihat oleh kalangan anak kecil karena pemikiran mereka belum mampu memahami isi berita yang disajikan apabila mengandung gambar kekerasan atau pembunuhan sehingga bias mendorong mereka berperilaku tidak baik seperti melakukan kekerasan kepada teman sebayanya.¹⁷

Media beresiko untuk melanggar *Contempt of Court Act* saat mereka mengomentari cara kerja suatu institusi atau individu, pertimbangan-pertimbangan hakim, mengkritik pengadilan, atau melanggar keputusan pengadilan. Walaupun banyak tulisan, ceramah atau siaran yang secara tidak sengaja melanggar peraturan, namun bagian yang dianggap relevan dalam pelanggaran peraturan tersebut menimbulkan resiko yang serius atau buruk sangka terhadap cara kerja hukum. Nah bagi mereka yang sudah berpengalaman dalam dunia tabloid tidak akan merasakan bahwa kode etik tersebut memiliki banyak pengaruh. Unsur lain dari kode etik tersebut mendesak wartawan untuk berusaha melenyapkan distorsi dan penindasan

¹⁷ Gabriel Gawi, Akhirul Aminulloh, "penerapan kode etik jurnalistik", vol .6. No. 1. 2017. H, 2-3.

berita. Memastikan bahwa informasi. Foto-foto yang disampaikan harus hanya dengan cara yang benar, serta tidak memancing kesedian dan kerusuhan kecuali demi kepentingan umum.¹⁸

2.2. Pengawasan Kode Etik Jurnalistik

Pengawasan kode etik jurnalistik berkaitan dengan terjadinya kesalahan dan pelanggaran dalam pelaksanaan tugas dan fungsi jurnalistik di lapangan. Untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran di lapangan dalam peliputan maupun penulisan berita, perlu dilakukan pengawasan terhadap penerapan kode etik jurnalistik. Lembaga pengawasan setiap organisasi wartawan dapat berbeda-beda, namun memiliki tugas yang relative sama. Sebut saja, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang memiliki lembaga bernama Dewan Pers, sedangkan Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) memiliki lembaga bernama Majelis Kode Etik.¹⁹

1. Dewan Pers

Salah satu fungsi dewan pers adalah menetapkan dan mengawasi pelaksanaan kode etik jurnalistik. Dewan pers memiliki tugas, antara lain sebagai berikut:

- Memberikan pernyataan penilaian dan rekomendasi dalam hal terjadinya pelanggaran kode etik, penyalahgunaan profesi wartawan dan memelihara kemerdekaan pers.
- Membuat kebijakan pers yang bersifat mendidik insan pers dan bersifat non-yuridis.
- Mempublikasikan kebijakan atau rekomendasi yang dikeluarkan dewan pers melalui media massa.

2. Majelis Kode Etik

Lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas jurnalistik. Majelis kode etik berada dibawah naungan AJI. Tugas-tugas yang diemban majelis kode etik antara lain sebagai berikut:

- Melakukan pengawasan dalam pelaksanaan kode etik.
- Melakukan pemeriksaan dan penelitian yang berkaitan dengan masalah pelanggaran kode etik oleh anggota AJI.
- Mengumpulkan dan meneliti bukti-bukti pelanggaran kode etik.

¹⁸ Michael Bland, Alison Theaker, dkk, *Hubungan Media Yang Efektif*, (Jakarta, Erlangga),h, 13-14.

¹⁹ Syarifudin Yunus, *Juenalistik Terapan*, (Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan, 2010), h. 115-117

- Memanggil anggota yang melakukan pelanggaran.

2.3. Pelanggaran Terkait Kode Etik di Kalangan Wartawan

Suatu jurnal mengambil contoh praktik suap dalam pelanggaran terkait dengan kode etik di kalangan wartawan ini. Dan nyatanya praktik suap ini masih banyak terjadi di kalangan wartawan yang ada di Indonesia ini. Padahal sudah jelas dalam kode etik jurnalis hal tersebut tidak di perkenankan untuk dilakukan. Bukanlah hal mudah untuk menghilangkan praktik suap di kalangan jurnalis. Hal tersebut membutuhkan waktu yang lama dan keterlibatan berbagai pihak dan aspek. Menerima atau tidak menerima sesuatu dari narasumber memang menjadi pilihan masing-masing individu. Namun rangsangan lain, seperti pengawasan, dan sanksi tegas sangat dibutuhkan.²⁰

²⁰ Olivia Lewi Pramesti, *Kode Etik Di kalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1, (Yogyakarta: UGM, 2014), h. 91

BAB III. SEMBILAN ELEMEN JURNALISTIK

3.1. Element

Wartawan merupakan sebuah profesi, dimana untuk menjadi seorang wartawan yang professional, dia harus mematuhi yang dinamakan kode etik jurnalistik. Disebutkan oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiels ada 9 elemen yang menjadi standar perilaku wartawan dan menjadi basic sebuah jurnalisme. Ke – 9 elemen ini tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Semuanya mempunyai kedudukan yang sama, tidak bisa hanya salah satu saja yang dipatuhi oleh wartawan. Kesembilan elemen ini adalah :

- a. Kewajiban utama jurnalisme adalah pencarian kebenaran.

Sebagai seorang wartawan kita harus selalu menjunjung kebenaran. Dalam hal ini kebenaran secara fungsional yang tentunya sesuai dengan tugasnya seorang wartawan. Seorang wartawan yang tidak menjunjung faktor kebenaran dalam liputannya, tentu saja akan merugikan banyak pihak, terutama publik yang menjadi korban dari pemberitaan itu. Belum lagi perusahaan yang menjadi kehilangan harga diri sebagai media yang seharusnya menyampaikan kebenaran.

- b. Loyalitas utama jurnalisme adalah pada warga negara.

Loyalitas wartawan seharusnya berujung pada publik, sebagai pembaca dari apa yang kita beritakan. Yang harus selalu diingat oleh wartawan adalah bagaimana membuat suatu berita yang menarik bagi pembaca yang menjunjung kebenaran, dan bagaimana bertanggung jawab pada publik jika berita yang dibuat hanya fiktif padahal sudah jelas yang akan membaca suatu media bukan hanya sekelompok orang, tapi semua orang di bangsa ini bahkan di seluruh dunia.

Media yang jujur, yang lebih memntingkan kepentingan publik lebih menguntungkan perusahaan tersebut, tak hanya soal prestisius, tapi soal financial juga menjadi lebih baik. Kepercayaan yang diberikan publik pada media jangan sampai hilang akibat satu berita bohong dari oknum wartawan.

- c. Esensi jurnalisisme adalah disiplin verifikasi.

Dengan adanya disiplin verifikasi yang dilakukan wartawan fiktifikasi narasumber tidak akan terjadi. Batas antara fiksi dan jurnalisisme harus jelas, jurnalisisme tidak bisa digabungkan dengan fiksi. Semuanya harus fakta dan nyata.

- d. Jurnalis harus menjaga independensi dari objek liputannya.

Dalam melakukan suatu peliputan, wartawan harus benar-benar independen, melakukan peliputan secara objektif. Tidak terpengaruh pada apapun, kepentingan siapapun, kecuali kepentingan bahwa kita adalah wartawan yang harus menyampaikan berita yang benar – benar terjadi untuk disampaikan pada masyarakat. Tidak peduli siapapun, apapun. Bahkan jika itu menyangkut keluarga kita, dan kita harus memberitakannya jangan anggap itu keluarga. Wartawan harus bertanggung jawab pada publik itu penting dan harus selalu di ingat. Semangat independensi harus dijunjung tinggi oleh setiap wartawan.

- e. Jurnalis harus membuat dirinya sebagai pemantau independen dari kekuasaan.

Dalam memantau kekuasaan, bukan berarti wartawan menghancurkan kekuasaan. Namun tugasnya wartawan sebagai pemantau kekuasaan yaitu turut serta dalam penegakkan demokrasi. Salah satu dalam cara memantau ini adalah melakukan investigatif reporting. Inilah yang sering menjadi masalah antar wartawan dengan penguasa. Biasanya banyak penguasa yang enggan privasi tentang dirinya dipublikasikan.

- f. Jurnalis harus memberi forum bagi publik untuk saling kritik dan menemukan kompromi.

Seorang wartawan yang bertanggung jawab pada publik harus mendengarkan apa keinginan publik itu sendiri. Wartawan harus terbuka pada publik untuk mendengarkan segala sesuatunya. Logikanya setiap orang boleh berpendapat dan memiliki rasa ingintahu yang sama. Jadi jika ada anggota publik yang ingin lebih mengetahui dalam sebuah kasus bisa menanyakannya.

- g. Jurnalis harus berusaha membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan.

Wartawan harus tahu tentang komposisi, tentang etika, tentang naik turunnya emosi pembaca dan sebagainya. Berita yang dibuat jangan sampai membosankan bagi pembaca.

Jangan sampai berita yang penting jadi tidak penting karena pembaca bosan. Berita itu dibuat tidak membosankan dan harus memikat tetapi tetap relevan. Ironisnya, dua faktor ini justru sering dianggap dua hal yang bertolak belakang. Laporan yang memikat dianggap laporan yang lucu, sensasional, menghibur, dan penuh tokoh selebritas.²¹

h. Jurnalis harus membuat berita yang komprehensif dan proporsional.

Perlu banyak hal yang dilakukan untuk mendapatkan dan membuat berita yang komprehensif dan proposional. Wartawan tidak hanya menerima fakta yang mudah diraih. Harus ada sesuatu yang menantang dari pekerjaan wartawan pelaporan investigasi mewakili berita yang komprehensif dan proposional ini. Wartawan harus tahu bagaimana caranya melaporkan suatu hal yang bermutu. Berita yang komprehensif bukan berita yang hanya punya judul sensasional. Berita sensasionalnya akan memalukan wartawan dan media yang menerbitkannya.

i. Jurnalis harus diperbolehkan untuk mendengarkan hati nurani pribadinya.

Segala sesuatu yang berasal dari hati nurani akan lebih baik dari apapun. Dari persoalan yang terjadi didalam kehidupan wartawan jawabannya adalah bersumber pada hati nurani. Wartawan yang berbohong, melakukan fiktifikasi narasumber atau apaun kejahatan seorang.

3.2. Fungsi Jurnalistik

Aktivitas jurnalistik yang kian marak adalah fakta. Kehadiran jurnalistik di tengah kehidupan manusia memiliki fungsi yang besar. Kita tidak dapat membayangkan apabila kehidupan manusia tidak dilengkapi dengan informasi ataupun berita. Besar atau kecil pengaruhnya, pasti membutuhkan informasi dan berita. Penyajian berita dalam segala bentuk dan momentum dalam jurnalistik bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Jika ditinjau berdasarkan fungsinya, ada empat fungsi jurnalistik menurut F. Fraser Bond:

1. *To inform* = untuk menginformasikan

Jurnalistik merupakan sarana untuk penyampaian informasi berupa fakta dan peristiwa yang terjadi di sektor kehidupan manusia dan patut diketahui publik.

²¹ Onong Uchana Effendi. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Jakarta: Kencana, 2011

2. *To interpret* = untuk menginterpretasikan

Jurnalistik merupakan sarana untuk memberikan tafsiran atau interpretasi terhadap fakta dan peristiwa yang terjadi sehingga publik dapat memahami dampak dan konsekuensi dari berita yang disajikan.

3. *To guide* = untuk mengarahkan

Jurnalistik merupakan acuan untuk mengarahkan atau memberi petunjuk dalam menyikapi suatu fakta dan peristiwa yang disajikan dalam berita sehingga dapat menjadi pedoman bagi publik dalam memberi komentar atau pendapat dalam mengambil keputusan.

4. *To entertain* = untuk menghibur

Jurnalistik merupakan sarana yang bersifat menghibur, yang menyegarkan dan menyenangkan pembacanya dengan menyajikan berita atau informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan gaya hidup manusia.

Tak Hanya itu, fungsi jurnalistik terus mengalami perkembangan. Dalam konteks kekinian, fungsi jurnalistik telah berkembang lebih banyak lagi seiring ekspektasi publik terhadap jurnalistik. Berikut fungsi lain dari jurnalistik:

5. *To educate* = untuk mendidik

Jurnalistik sarana untuk mendidik dan menanamkan nilai-nilai dan norma sosial, di samping budaya yang patut menjadi perhatian masyarakat.

6. *To mediate* = untuk mediasi

Jurnalistik merupakan alat mediasi atau penghubung dalam mempertemukan ketidaksamaan tentang fakta atau peristiwa yang menjadi berita dari berbagai sudut pandang, di samping dapat menjadi wahana yang mempertemukan orang-orang yang berbeda pendapat atau opini tentang suatu hal.

7. *To promote* = untuk mempromosikan

Jurnalistik merupakan sarana pilihan dalam mempromosikan keunggulan dan kelebihan suatu produk dan karya agar dapat dipahami secara proporsional oleh publik.

8. *To influence* = untuk mempengaruhi

Jurnalistik merupakan sarana untuk mempengaruhi pendapat dan pikiran orang lain tentang fakta dan peristiwa yang menjadi topik pembicaraan.²²

²² Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bandung: GHALIA INDONESIA, 2010) hal.20-21.

3.3. Prinsip Jurnalistik

Terkait dengan pemberitaan atau informasi yang disiarkan stasiun TV, Maka P3SPS menyatakan bahwa stasiun penyiaran dalam menayangkan informasi harus senantiasa mengindahkan prinsip-prinsip jurnalistik yang terdiri atas tiga prinsip yaitu:

1) Prinsip Akurasi

Dalam program faktual lembaga penyiaran bertanggung jawab menyajikan informasi yang akurat dan sebelum menyiarkan sebuah fakta, lembaga penyiaran harus memeriksa ulang keakuratan dan kebenaran materi siaran. Dalam hal redaksi berita.

2) Prinsip Adil

Lembaga penyiaran harus menghindari penyajian informasi yang tidak lengkap dan tidak adil. Penggunaan potongan gambar dan potongan suara dalam sebuah acara yang sebenarnya berasal dari program lain harus ditempatkan dalam konteks yang tepat dan adil serta tidak merugikan pihak-pihak yang menjadi subjek pemberitaan, dan bila sebuah program memuat potongan gambar dan potongan suara yang berasal dari acara lain, stasiun TV wajib menjelaskan waktu pengambilan potongan gambar atau potongan suara tersebut.

3) Prinsip Imparsialitas

Pada saat menyajikan isu-isu kontroversial yang menyangkut kepentingan publik, stasiun penyiaran harus menyajikan berita, fakta, dan opini secara objektif dan berimbang. Dalam hal ini pemimpin redaksi berita TV harus memiliki independensi untuk menyajikan berita dengan objektif, tanpa memperoleh tekanan dari pihak pimpinan, pemodal atau pemilik stasiun penyiaran. Dan dalam acara yang mendiskusikan isu kontroversial atau isu yang melibatkan dua atau lebih pihak yang saling berbeda pendapat, moderator, pemandu acara, dan pewawancara harus berusaha agar semua partisipan dan narasumber dapat secara baik mengekspresikan

pandangannya serta tidak boleh memiliki kepentingan pribadi atau keterkaitan dengan salah satu pihak atau pandangan.²³

3.4. Perkembangan Jurnalistik Era Modern

Perkembangan media baru sebenarnya merujuk kepada sebuah perubahan dalam proses produksi media, distribusi dan penggunaan. Media baru tidak terlepas dari key term seperti *digitally*, *interactivity*, *hypertextuality*, *dispersal* dan *virtuality*. Dalam konsep *digitally* semua proses media digital diubah ke dalam bilangan, sehingga keluaranya dalam bentuk sumber online, digital disk, atau memory drives yang akan diubah dan diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk hard copy. Konsep *interactivity* merujuk kepada adanya kesempatan dimana teks dalam media baru mampu memberika user untuk “*write back into the text*”. Sedangkan konsep *dispersal* media baru lebih kepada proses produksi dan distribusi media menjadi *decentralized* dan mengandalkan keaktifan individu. Batasan new media sering disamakan dengan digital media yang semestinya new media lebih pada konteks budaya kontemporer dan praktik media daripada seperangkat teknologi itu sendiri.

Pemerintah Indonesia telah memutuskan bahwa implementasi sistem TV digital menggunakan sistem *Digital Video Broadcasting Terrestrial* sebagai standar nasional Indonesia. Sementara industri radio, karena teknologi FM radio dianggap sudah cukup memiliki kualitas dan efisiensi yang baik. Teknologi radio FM tetap akan bertahan sampai belasan tahun ke depan. Sehingga penggunaan teknologi DAB yang dikembangkan lebih merupakan penyeimbang teknologi DVB-T sebagaimana sudah diimplementasikan di lebih dari 40 negara, khususnya Negara-negara Eropa. Teknologi DAB bila dikembangkan menggunakan teknologi DMB, yaitu dengan menambahkan DMB multimedia prosesor, akan mampu menyiarkan konten gambar bergerak, seperti informasi cuaca, peta jalan, *video clip*, dan film sebagaimana yang terjadi di industry televisi.²⁴

Seorang Jurnalis TV ini sendiri juga harus memahami betul kriteria berita dan nilai berita sebelum mencari dan menulis berita tanpa memahaminya maka berita yang akan dicari dan disajikan belum tentu berguna dan menarik bagi pemirsa. Apalagi setiap hari dunia ini dipenuhi dengan ragam berita. bagaimana mungkin berita yang banyak itu kita cari lalu

²³ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: KENCANA, 2010) hal.249-251.

²⁴ Ido Perjana Hadi” *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Moder*”. Vol. 3 No. 1, Januari 2009, h, 69-84.

disajikan semuanya kepada pemirsa bukankah sebagai jurnalis kita memiliki keterbatasan?. Nah, untuk itu kita harus memilihnya sesuai dengan nilai berita dan karakteristik pemirsa TV.

Berita TV bukan hanya sekedar melaporkan tulisan/narasi, tetapi juga gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar peta, grafis, maupun film berita yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita dan mampu memikat pemirsa. Bagi berita TV, gambar adalah primadona atau paling utama daripada narasi. Jika gambar berita yang disajikan mampu bercerita banyak, maka narasi hanya sebagai penunjang saja. Berita TV tanpa gambar tidak ubahnya dengan berita radio.²⁵

²⁵ Arifin S Harahap, *Jurnalistik Televisi*, (Jakarta, PT Macanan Jaya Cemerlang: 2006), h, 2-4.

BAB IV. JURNALISME ONLINE

4.1. Jurnalisme Online

Jurnalisme online menjadi berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (cetak, radio, TV) bukan semata-mata karena dia mengambil venue yang berbeda; melainkan karena jurnalisme ini dilangsungkan di atas sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda -baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya.

Jurnalisme online lahir pada tanggal 19 Januari 1998, ketika Mark Drugle membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut monicagate. Ketika itu Drugle berbekal sebuah laptop dan modem, menyiarkan berita tentang monicagate melalui internet. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita monicagate.

Sedangkan di Indonesia, Jurnalisme Online kebanyakan lahir pada saat jatuhnya pemerintahan Suharto di tahun 1998, dimana alternatif media dan breaking news menjadi komoditi yang dicari banyak pembaca. Dari situlah kemudian tercetus keinginan membentuk berbagai jurnalisme online.²⁶

Detik.com barangkali merupakan media online Indonesia pertama yang di garap secara serius. Tidak heran karena pendirinya kebanyakan dari media, Budiono Darsono (eks wartawan Detik), Yayan Sopyan (eks wartawan Detik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugraha. Server detik.com sebetulnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai online dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Jadi tanggal 9 Juli ditetapkan sebagai hari lahir Detik.com.

Detik.com yang update-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan. Yang dijual detik.com adalah breaking news. Dengan bertumpu

²⁶*Ibid.*, hlm. 3

pada tampilan apa adanya detik.com menjadi media jurnalisme online pertama yang melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan pengguna internet Indonesia.

Masa awal detik.com lebih banyak terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detik.com memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga. Media online detik.com di Indonesia yang telah sukses menyajikan ragam berita, selain itu kantor berita Nasional Antara juga menggunakan teknologi internet. Seiring berjalannya waktu, media online mulai bermunculan seperti astaga.com, satunet.com, surat kabar.com, berpolitik.com, dan ok-zone.com. Dengan lahirnya media online maka media cetak pun tidak mau kalah, dengan dua penyajian media cetak dan media online seperti kompas.com, temporaktif.com, republika.com, pikiran-rakyat.com, klik-galamedia.com, dan masih banyak lagi. Itu adalah langkah baru berkembangnya teknologi yang telah melahirkan jurnalisme online.

4.2. Pengertian Jurnalisme Online

Jurnalistik Online (Online Journalism) disebut juga cyber journalism, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (web journalism) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism-radio dan televisi).²⁷ Kini, jurnalistik juga berlaku di internet atau media online sehingga melahirkan "ilmu baru" bernama jurnalistik online (*online journalism*). Istilah lainnya:

1. *Internet Journalism* (jurnalistik internet)
2. *Website Journalism* (jurnalistik webiste)
3. *Digital Journalism*
4. *Daring Journalism*
5. *Headline Journalism* (jurnalistik judul)²⁸.

Jurnalistik Online bahkan cepat berkembang dengan memunculkan "jurnalistik baru" yang masih dalam lingkup jurnalistik online: *mobile journalism*, yaitu aktivitas jurnalistik

²⁷ M. Romli Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung. Nuansa Cendikia, 2012), hal.11

²⁸ Ermanto, *Wawasan Jurnalistik Praktis*, (Yogyakarta: Cinta Pena, 2005), hal.85

melalui *mobile device*, mobile phone, smarphone, tablet computer, dan sebagainya. *Mobile Journalism* kian mempercepat proses penulisan dan penyebar luasan berita di media online. Wartawan bisa melaporkan peristiwa (menulis berita) kapan dan di mana saja, bahkan saat sebuah peristiwa sedang berlangsung. Jurnalistik Online juga memperkuat atau menumbuhkan kembangkan jurnalisme warga (*citizen journalism*) dengan memanfaatkan blog atau media sosial (*socialmedia*). Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebar luasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai “memberitakan sebuah peristiwa”. Online sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau world wide web (www). Online merupakan bahasa internet yang berarti “informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja” selama ada jaringan internet (konektivitas). Website atau site (situs) adalah halaman yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. Website bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (Uniform Resource Locator) yang berawalan www atau http:// (hypertext Transfer Protocol).

Dari pengertian ketiga kata tersebut, jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. Karena merupakan perkembangan baru dalam dunia media, website pun dikenal juga dengan sebutan “media baru” (*new media*). Hal baru dalam “*new media*” antara lain informasi yang tersaji bisa diakses atau dibaca kapan saja dan dimana pun, di seluruh dunia, selama ada komputer dan perangkat lain yang memiliki koneksi internet. Kini, setiap orang bisa menjadi wartawan, dalam pengertian meliput peristiwa dan melaporkannya melalui internet.²⁹

Jurnalisme online adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang menggunakan internet sebagai mediana sehingga mempermudah jurnalis dalam melakukan tugasnya³⁰. Selama ini sadar atau tidak kita hanya memahami online dalam artian ditampilkan di sebuah situs web. Padahal 'online' mencakup berbagai tempat perkara (*venue*): web, email, bulletin board system (BBS), IRC, dan lainnya. Tapi tentu bukan tanpa alasan bahwa kebanyakan jurnalisme online saat ini diselenggarakan di web.

Dari sekian *venue* di Internet, web merupakan *venue* yang memungkinkan penyelenggara jurnalisme online untuk menyediakan isi dengan features yang sangat kaya

²⁹ *Ibid*, hal.12-13

³⁰ Jurnal Komunikasi, Aghna R. S Adzkiya, Praktik Multimedia dalam jurnalisme online di Indonesia

dengan cara paling gampang. Namun, ini tidak berarti bahwa tak ada venue lain yang dapat dipakai untuk menyelenggarakan jurnalisme online di Internet.

Jurnalisme online menjadi berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (cetak, radio, TV) bukan semata-mata karena dia mengambil venue yang berbeda; melainkan karena jurnalisme ini dilangsungkan di atas sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda -baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya.

Jurnalisme online lahir pada tanggal 19 Januari 1998, ketika Mark Drugle membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut monicagate. Ketika itu Drugle berbekal sebuah laptop dan modem, menyiarkan berita tentang monicagate melalui internet. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita monicagate.³¹

4.3. Kode Etik Jurnalisme Online

Nicholas Johnson mantan Komisioner Komisi Komunikasi Amerika Serikat (AS) dan penulis buku *How to Talk Back to Your Television Set* yang juga Dosen Ilmu Hukum di Iowa College of Law (AS), memberikan catatan hal-hal mendasar tentang kode etik dalam penulisan jurnalistik online³²:

- a) Dilarang menyerang kepentingan individu, pencemaran nama baik, pembunuhan karakter atau reputasi seseorang.
- b) Dilarang menyebarkan kebencian, rasialis, dan mempertentangkan ajaran agama.
- c) Larangan menyebarkan hal-hal tidak bermoral, mengabaikan kaidah kepatutan menyangkut seksual yang menyinggung perasaan umum, dan perundungan seksual terhadap anak-anak.
- d) Dilarang menerapkan kecurangan dan tidak jujur, termasuk menyampaikan promosi atau iklan palsu.
- e) Larangan melanggar dan mengabaikan hak cipta (copyright) dan Hak Atas Karya Intelektual (HAKI, atau Intellectual Property Right/IPR).

³¹ Nuruddin, *Jurnalisme Masa kini*

³² Riris Loisa, Eko Harry Susanto, Ahmad Junaidi. *Jurnalisme Media Siber*

Sementara itu, Cuny Graduate School of Journalism yang didukung Knight Foundation melalui halamannya di <http://www.kcnn.org> mencatat 10 langkah utama bagi cyber journalist termasuk kalangan citizen journalist dan blogger supaya terhindar dari masalah hukum, yakni:

- 1) Periksa dan periksa ulang fakta,
- 2) Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas.
- 3) Perhatikan kaidah hukum
- 4) Pertimbangkan setiap pendapat,
- 5) Utarakan rahasia secara selektif,
- 6) Hati-hati terhadap apa yang diutarakan,
- 7) Pelajari batas daya ingat,
- 8) Jangan lakukan pelecehan,
- 9) Hindari konflik kepentingan,
- 10) Peduli nasehat hukum.

4.4. Jenis Jurnalisme Online

a) Mainstream News sites

Bentuk media berita online yang paling tersebar luas adalah situs mainstream news. Situs ini menawarkan pilihan editorial content, baik yang disediakan oleh media induk yang terhubung (linked) dengannya atau memang sengaja diproduksi untuk versi Web. Tingkat komunikasi partisipatorisnya adalah cenderung tertutup atau minimal. Contoh: situs CNN, BBC, MSNBC, serta berbagai surat kabar online. Situs berita semacam ini pada dasarnya tak punya perbedaan mendasar dengan jurnalisme yang diterapkan di media cetak atau siaran, dalam hal penyampaian berita, nilai-nilai berita, dan hubungan dengan audiences. Di Indonesia, yang sepadan dengan ini adalah detik.com, Astaga.com, atau Kompas Cyber Media.

b) Index dan Category sites

Jenis jurnalisme ini sering dikaitkan dengan mesin pencari (search engines) tertentu (seperti Altavista atau Yahoo), perusahaan riset pemasaran (seperti Moreover) atau agensi (Newsindex), dan kadang - kadang bahkan individu yang melakukan usaha (Paperboy). Di sini, jurnalis online menawarkan links yang mendalam ke situs-situs berita yang ada di manapun di World Wide Web. Links tersebut kadang-kadang dikategorisasi dan bahkan diberi catatan oleh tim editorial.

c) Meta dan Comment sites

Ini adalah situs tentang media berita dan isu-isu media secara umum. Kadang-kadang dimaksudkan sebagai pengawas media (misalnya: Mediachannel, Freedomforum, Poynter's Medianews). Kadang - kadang juga dimaksudkan sebagai situs kategori dan indeks yang diperluas (seperti: European Journalism Center Medianews, Europemedia). Editorial contentnya sering diproduksi oleh berbagai jurnalis dan pada dasarnya mendiskusikan content lain, yang ditemukan di manapun di Internet. Content semacam itu didiskusikan dalam kerangka proses produksi media. "Jurnalisme tentang jurnalisme" atau meta-journalism semacam ini cukup menjamur.

d) Share dan Discussion sites

Ini merupakan situs-situs yang mengeksploitasi tuntutan publik bagi konektivitas, dengan menyediakan sebuah platform untuk mendiskusikan content yang ada di manapun di Internet. Dan kesuksesan Internet pada dasarnya memang disebabkan karena publik ingin berkoneksi atau berhubungan dengan orang lain, dalam tingkatan global yang tanpa batas. Situs semacam ini bisa dibilang memanfaatkan potensi Internet, sebagai sarana untuk bertukar ide, cerita, dan sebagainya. Kadang-kadang dipilih suatu tema spesifik, seperti: aktivitas anti-globalisasi berskala dunia (situs Independent Media Centers, atau umumnya dikenal sebagai Indymedia), atau berita-berita tentang komputer (situs Slashdot).³³

4.5. Karakteristik Jurnalisme Online

Karakteristik jurnalistik online sekaligus menjadi keunggulannya, dikemukakan James C. Foust :

1. Audience Control

Kendali pembaca. Jurnalistik online memungkinkan pembaca (*user/visitor*) leluasa dalam memilih berita yang diinginkan. Mereka bisa pindah dengan cepat dari satu berita ke berita lain atau darisatu portal berita ke website lain.

³³ *Ibid*, hal.14

2. Nonlienarity

Jurnalistik online memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan. Pembaca bisa memulai dengan berita terbaru, bahkan bisa mulai dengan berita yang diposting satu-dua tahun lalu.

3. Storage and retrieval

Online jurnalisme memungkinkan berita tersimpan, terarsipkan, atau terdokumentasikan dan diakses kembali dengan mudah oleh pembaca.

4. Unlimited Space (Ruang tanpa batas)

Jurnalistik online relatif tanpa ada batasan jumlah berita atau informasi yang akan dipublikasikan, juga relatif tanpa batasan jumlah huruf dan kata/kalimat. Berbeda dengan media cetak yang dibatasi kolom/halaman atau radio/televisi yang dibatasi durasi (waktu).

5. Immediacy (Kesegeraan, kecepatan)

Jurnalisme online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada pembaca. Internet adalah medium tercepat untuk menyebarkan informasi.

6. Multimedia Capability (Kemampuan multimedia)

Jurnalisme online memungkinkan berita disampaikan tidak hanya dalam format teks, tapi juga bisa dilengkapi audio dan video.

7. Interactivity (Interaktivitas)

Jurnalisme online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita, dengan adanya kolom komentar dan/atau fasilitas media sosial yang memungkinkan pembaca menyebarkan/membagi (share) berita di akun media sosial³⁴

³⁴C. Foust James, *Online Journalism. Principles and Practices of News for The Web.*, (Holcomb Hathaway Publisher, 2005), hal.20

4.6. Keunggulan jurnalisme online

Karakteristik jurnalisme online yang paling terasa meski belum tentu disadari adalah kemudahan bagi penerbit maupun pemirsa untuk membuat peralihan waktu penerbitan dan pengaksesan. Penerbit online bisa menerbitkan maupun mengarsip artikel-artikel untuk dapat dilihat saat ini maupun nanti. Ini sebenarnya dapat dilakukan oleh jurnalisme tradisional, namun jurnalisme online dimungkinkan untuk melakukannya dengan lebih mudah dan cepat.

Beberapa karakteristik dari jurnalisme online dibandingkan ”jurnalisme konvensional” (cetak/elektronik) adalah sebagai berikut:³⁵

1. Real Time

Karakteristik jurnalisme online yang paling populer adalah sifatnya yang real time. Berita, kisah-kisah, peristiwa-peristiwa, bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung. Ini barangkali tidak terlalu baru untuk jenis media tradisional lain seperti TV, radio, telegraf, atau teletype.

2. Penerbit

Namun dari sisi penerbit sendiri, mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh periodisasi maupun jadwal penerbitan atau siaran: kapan saja dan dimana saja selama dia terhubung ke jaringan Internet maka ia mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah-kisah saat itu juga. Inilah yang memungkinkan para pengguna atau pembaca untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru.

3. Unsur-unsur Multimedia

Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah karakteristik lain jurnalisme online, yang membuat jurnalisme ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang jurnalisme di media tradisional. Karakteristik ini, terutama sekali, berlangsung pada jurnalisme yang berjalan di atas web.

³⁵Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 22

4. Interaktif

Selain itu, jurnalisme online dapat dengan mudah bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan hyperlink yang terdapat pada web, karya-karya jurnalisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Ini berarti, pengguna atau pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas, bahkan sama sekali berbeda.

5. Tidak membutuhkan organisasi resmi

Berikut legal formalnya sebagai lembaga pers, bahkan dalam konteks tertentu organisasi tersebut dapat dihilangkan.

Interaktivitas jurnalisme online tentu bukan hanya didukung oleh kemampuan teknologi Internet dalam menyediakan hyperlink. Teknologi Internet juga membuka peluang kepada para jurnalis online untuk menyediakan features yang memungkinkan sajiannya bersifat customized, tersaji sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna atau pembacanya; yang memungkinkan para pengguna atau pembaca berinteraksi dengan lebih cepat, lebih sering, lebih intens dengan sesama pengguna atau pembaca, narasumber, bahan-bahan berita, dan jurnalisnya sendiri. Ujung-ujungnya, jurnalisme online mampu membangun hubungan yang partisipatif dengan pemirsanya.

Mike Ward dalam *Journalism Online* (Focal Press, 2002) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik online yang membedakannya dengan media konvensional (keunggulan), yaitu :³⁶

- a. Immediacy: Kesegaran atau kecepatan penyampain Informasi
- b. Multiple Pagination: bisa berupa ratusan page terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (new tab/new window)
- c. Multimedia: menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus.
- d. Flexibility Delivery Platform: bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja.

³⁶ 14Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Pamduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO dan Tips Media Sosial)*, Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia 2012, hal: 14

- e. Archiving: tersipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (keyword,tags), juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun.
- f. Relationship with reader: kontak atau interaksi dengan pembaca dapat —langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain

Dari karakteristik-karakteristik diatas tersirat bahwa jurnalisme online membutuhkan penanganan yang berbeda dalam penyelenggaraannya dan dinikmati dengan cara yang berbeda oleh para pengguna atau pemirsanya ketimbang jurnalisme tradisional.

Dalam jurnalisme tradisional, tata-tutur informasi misalnya, disajikan secara linear kepada para pembaca atau pemirsanya. Pemirsa atau pembaca jurnalisme tradisional tidak bisa tidak harus mengikuti urutan informasi yang telah ditentukan sebelumnya oleh penerbitnya: Dari kisah satu ke kisah kedua lalu ke kisah ketiga dan seterusnya tanpa bisa melakukan lompatan.

Tapi dalam jurnalisme online, tata-tutur informasi dapat disajikan sedemikian rupa secara non-linear untuk mengakomodasi 'kebebasan' pengguna atau pemirsanya: Anda dapat mulai menikmati publikasi online dari kisah terakhir lalu melompat ke kisah sebelumnya atau ke kisah yang pernah dipublikasi sekian tahun sebelumnya, bahkan ke sumber informasi yang sama sekali lain di tengah-tengah proses penikmatan informasi.

Apa yang disebut 'kebebasan memilih' dalam media online, sebetulnya bukanlah sebuah kebebasan pilihan yang sejati melainkan ilusi memilih; sebab pada dasarnya jurnalis atau penerbit online telah terlebih dahulu menentukan opsi-opsinya (dalam prakteknya dapat berupa rujukan dengan menggunakan hyperlink). Inilah salah satu aspek yang membuat jurnalisme online dapat menyajikan informasi lebih kaya ketimbang jurnalisme tradisional.

Sementara itu, misal yang lain, tampilan akhir dari produk jurnalisme tradisional lebih banyak ditentukan oleh rancangan dan bahan yang disediakan oleh penerbitnya; sedangkan pada produk jurnalisme online, perlengkapan (device) dan preferensi yang diset dan dimiliki oleh penggunalah yang banyak menentukan tampilan akhir produk sehingga bisa jadi tampilan produk akhir jurnalisme online berbeda-beda di depan masing-masing pengguna atau pemirsanya.

Dan sampai saat ini, secara fisik, ukuran-ukuran device yang tersedia untuk mengakses informasi ke berbagai tempat. Anda dapat menikmati novel atau koran sambil tiduran, menonton berita TV sambil tidur-tiduran di karpet, atau mendengarkan talk show dari sebuah stasiun radio sambil jalan-jalan dengan pesawat walkman di saku anda. Itu semua, pada saat ini, tak dapat dilakukan ketika pemirsa karya jurnalistik online: orang harus duduk di depan komputer atau membaca teks di layar sempit pesawat selular maupun PDA (personal Data Assistant) yang mampu-WAP. Meski bukan tidak mungkin di masa depan akan ditemukan device baru yang akan memberikan kenyamanan yang lebih baik untuk pemirsa informasi secara online.

Di luar device pengguna, jurnalisme online seperti halnya bentuk-bentuk komunikasi lain yang memanfaatkan media digital online, berhadapan dengan kondisi infrastruktur yang tersedia dalam jaringan komputer. Besarnya bandwidth, routing dan kualitas media jaringan komputer juga merupakan variable yang menentukan kualitas komunikasi antara device pengguna dengan device penerbit. Di samping sosiologi pengguna sasaran, faktor-faktor yang disebut di atas merupakan beberapa variable yang harus diperhitungkan dalam mendesain format tampilan maupun isi serta arsitektur informasi yang akan disajikan.³⁷

4.7. Kelebihan dan Kekurangan Jurnalisme Online

Keunggulan jurnalisme online dibandingkan jurnalisme konvensional (cetak atau elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.

³⁷*Ibid.*, hlm. 23-24

9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Kekurangan Jurnalisme Online:

1. Tidak ada ukuran pasti tentang siapa penerbit berita online, sehingga dapat diklaim oleh beberapa pihak.
2. Adanya kecenderungan mudah lelah saat membaca sajian di berita-berita online yang panjang.
3. Tidak selalu tepat, karena mengutamakan kecepatan berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media lainnya.
4. Banyak terjadi kesalahan penulisan yang dikarenakan ketergesa-gesaan dalam proses penulisan.
5. Berpotensi mengakibatkan cyber crime (kejahatan dunia maya) seperti penculikan, penipuan, dan berbagai tindak criminal lainnya.
6. Menurunnya minat baca di perpustakaan akibat lebih praktisnya media online.
7. Meningkatkan plagiat akibat mudah dicurinya karya-karya yang tersaji di media online.

4.8. Kode Etik Jurnalisme Online³⁸

Nicholas Johnson mantan Komisioner Komisi Komunikasi Amerika Serikat (AS) dan penulis buku *How to Talk Back to Your Television Set* yang juga Dosen Ilmu Hukum di Iowa College of Law (AS), memberikan catatan hal-hal mendasar tentang kode etik dalam penulisan jurnalistik online :

1. Dilarang menyerang kepentingan individu, pencemaran nama baik, pembunuhan karakter atau reputasi seseorang.
2. Dilarang menyebarkan kebencian, rasialis, dan mempertentangkan ajaran agama.
3. Larangan menyebarkan hal-hal tidak bermoral, mengabaikan kaidah kepatutan menyangkut seksual yang menyinggung perasaan umum, dan perundungan seksual terhadap anak-anak.

³⁸Christiany Judith, "Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online". Jurnal Pekomnas. Vol. 6 No.3, Desember 2013, hal. 148.

4. Dilarang menerapkan kecurangan dan tidak jujur, termasuk menyampaikan promosi atau iklan palsu.
5. Larangan melanggar dan mengabaikan hak cipta (copyright) dan Hak Atas Karya Intelektual (HAKI, atau Intellectual Property Right/IPR).

Sementara itu, Cuny Graduate School of Journalism yang didukung Knight Foundation mencatat 10 langkah utama bagi cyber journalist termasuk kalangan citizen journalist dan blogger supaya terhindar dari masalah hukum, yakni:

1. Periksa dan periksa ulang fakta,
2. Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas.
3. Perhatikan kaidah hukum
4. Pertimbangkan setiap pendapat,
5. Utarakan rahasia secara selektif,
6. Hati-hati terhadap apa yang diutarakan,
7. Pelajari batas daya ingat,
8. Jangan lakukan pelecehan,
9. Hindari konflik kepentingan,
10. Peduli nasehat hukum.

4.9. Jurnalisme Online dan Demokrasi³⁹

Era new media mulai berkembang di dalam kehidupan kita. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh internet bisa kita rasakan manfaatnya. Dengan hanya duduk diam tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga, kita bisa menjelajah dunia melalui internet. Tak hanya itu, informasi yang pernah ditampilkan dalam media massa, seperti televisi, radio, maupun media cetak pun juga bisa kita temui di internet. Dibandingkan media massa yang lain, internet memiliki kelebihan daya simpan yang tak terhingga. Segala sesuatu mengenai masa lampau bisa kita telusuri di internet.

Sisi positif dari internet inilah yang coba dimanfaatkan oleh kebanyakan media massa saat ini, mereka berlomba-lomba membuat versi online dari media mereka. Dengan versi online, diharapkan audiens yang tidak sempat menikmati media massa tersebut bisa tetap

³⁹Luwi Ishwara, *Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: Kompas, 2011), hlm. 41.

mengaksesnya. Memang merupakan sebuah keuntungan bagi kita, namun lagi-lagi yang ditakutkan adalah akan menggeser keberadaan media konvensional lainnya.

Konvergensi media yang saat ini banyak terjadi membuka peluang bagi masyarakat awam untuk juga berpartisipasi dalam menjadi pewarta bagi sesamanya. Dunia jurnalisme online selalu tidak jauh-jauh dengan citizen journalism yang juga merebak seiring perkembangan new media itu sendiri. Walaupun demikian, menjadi seorang citizen journalist yang tidak dinaungi oleh institusi apapun juga perlu belajar, minimal dasar-dasar jurnalisme.

Indonesia adalah negara yang demokratis. Dengan berakhirnya era Orde Baru, lalu lintas informasi di negara kita tidak lagi dibatasi dan dikuasai oleh pemerintah semata. Sekarang rakyat bisa bebas berpendapat. Apa lagi didukung oleh keberadaan internet yang memiliki situs-situs tertentu dimana masyarakat bisa turut serta berpartisipasi di dalamnya. Sifat internet yang tak memiliki penyaring atau filter membuat segala bentuk informasi dan pendapat masyarakat muncul dengan mudahnya. Mau mengkritik tentang kinerja pemerintah, bisa. Mau berkeluh-kesah tentang maraknya korupsi, juga bisa. Mau saling bertukar pikiran juga bisa walaupun belum saling kenal dan terpisah dengan jarak juga bisa.

Kebebasan berekspresi dan berpendapat melalui internet dalam bentuk jurnalisme online, memiliki sisi positif dan negatifnya masing-masing. Bagi masyarakat, Informasi dari internet dapat menembus jarak dan waktu serta menyebar ke mana pun, hal semacam ini membuat pemerintah tidak sepenuhnya bisa mengontrol informasi yang beredar karena saking luasnya. Nilai positifnya, Masyarakat bisa lebih open minded dengan informasi-informasi yang ada, sedangkan hal yang ditakutkan pemerintah adalah munculnya gerakan-gerakan yang dikhawatirkan menentang para diktator.

Sepatutnya kita bersyukur dengan sistem demokratis yang dianut oleh negara kita. Arus informasi apa pun bisa kita nikmati, sekalipun yang menghujat pemerintah. Jika dibandingkan dengan negara-negara di Timur Tengah, demokratisasi di Indonesia dan kebebasan menggunakan internet jauh lebih unggul.

Bagi beberapa negara di Timur Tengah, penggunaan internet amat dibatasi. Negara tersebut adalah Irak, Afghanistan, Syria, dan Lybia. Internet dikhawatirkan memiliki potensi politik yang menentang pemerintah, sehingga negara-negara tersebut mengabaikan manfaat ekonomi dari internet.

Arus informasi yang beredar di internet Indonesia sendiri bisa beragam. Ada yang memang dikeluarkan oleh pemerintah itu sendiri demi keterbukaan informasi publik, ada yang disiarkan oleh media massa yang melakukan konvergensi media, ada pula yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri (citizen journalism) demi membagikan gagasannya. Ketiganya saling berkesinambungan. Ketika informasi dari media-media mainstream dirasa kurang memuaskan, beberapa kelompok masyarakat membuat situs mereka sendiri (misalnya tentang kebudayaan, keagamaan, sosial-politik, dan sebagainya) atau membagi gagasan mereka melalui cara lain.

Citizen journalism yang muncul di internet juga bisa mencakup kritik terhadap pemerintah, bahkan membuka sisi lain dari hal-hal tertentu yang orang awam tidak ketahui. Masalah politik seperti ketidakadilan hukum bisa ditentang melalui gerakan-gerakan tertentu yang diciptakan di dunia maya. Hal ini sangat berpengaruh. Bagaimana masyarakat bisa saling bersatu dan sepeham dengan hal-hal tertentu merupakan kekuatan tersendiri dari internet dan keterbukaan informasi.

Di Indonesia pun pemerintah sempat memblokir ratusan situs radikal. Tifatul Sembiring selaku Menteri Komunikasi dan Informasi (Menkominfo) menjelaskan bahwa ada ketakutan yang muncul apabila situs-situs radikal tersebut dibiarkan akan memecah belah persatuan Indonesia. Situs-situs radikal tersebut menyebarkan kebencian dan fitnah antar suku, ras, bahkan agama. Dampaknya pun akan terjadi kekerasan yang membawa-bawa kepentingan tertentu.

Demokratisasi dan jurnalisme online bisa saling bantu sekaligus saling menjatuhkan disaat yang bersamaan. Dengan adanya jurnalisme online dan teknologi yang canggih saat ini, masyarakat dimodernkan dan pertumbuhan demokrasi menjadi cepat. Potensi yang ditawarkan internet untuk pertukaran informasi antar banyak orang sudah lebih maju daripada upaya-upaya penguasa untuk menjadikannya alat represi. Menurut Leslie D. Simon dalam “Demokrasi dan Internet: Kawan atau Lawan?” ia optimis bahwa internet dan informasi di dalamnya mampu membawa hal positif sekalipun ada sensor. Saya sepakat akan hal ini. Jurnalisme online yang ada dalam internet akan memberikan pengaruh positif bagi demokrasi sebuah negara.

4.10. Migrasi Pemberitaan Media Online Versus Surat Kabar⁴⁰

Perjalanan media saat ini mulai bergeser. Dibandingkan media cetak, saat ini perjalanan media online sudah membuktikan keperkasaannya. Terbukti, dari beberapa kali pendapatan iklan dan pembaca, media online telah melampaui surat kabar cetak. Di Indonesia, media-media online sudah memasuki tahap baru dalam dunia jurnalisme. Tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, mulai tahun 2010, media online sudah mendapat hati bagi pembaca yang mayoritas membutuhkan percepatan informasi. Migrasi dari kertas (Koran) ke web (online) saat ini menunjukkan peningkatan yang significant. Itu bisa jadi karena penerapan pada komputer tablet dan penyebaran smartphone mendorong percepatan media online yang memang dikenal sangat loyal terhadap pembaca.

Di Indonesia, ada beberapa media online yang kini mencapai tingkat perkembangan yang cukup pesat. Sebut saja Detikcom, Kapanlagi.com, Antaranews.com, Kompas.com, JPNN.com, Inilah.com, Rakyatmerdeka.com, Vivanews.com, Mediaindonesia.com, dan Lensaindonesia.com Yang lebih mengejutkan, rata-rata media online tersebut merupakan penjelmaan dari surat kabar atau bahkan media elektronik yang sebelumnya sudah ada. Seperti Kompas.com dengan koran Kompas, Rakyatmerdeka.com dengan Koran Rakyat Merdeka, Mediaindonesia.com dengan koran Media Indonesia dan Vivanews.com dengan jaringan televisi TVone dan Antv.

Perkembangan online yang demikian pesatnya, menunjukkan jika surat kabar (saat ini) sedang menderita. Tidak hanya dari krisis ekonomi, melainkan karena banyak orang yang memilih membaca berita dan informasi melalui online dan (secara otomatis) pemasang iklan mengikuti pola pembaca. Pada tahun 2010, koran-koran di Indonesia banyak yang melaporkan penurunan pendapatan iklan ketika media lain seperti televisi sedang menikmati rebound dalam penjualan iklan. Pendapatan iklan koran pada tahun 2010 turun 46 persen dalam empat tahun.

Sementara di sisi lain, pendapatan iklan online mengalami peningkatan. Ini sebuah tantangan untuk organisasi berita bahwa banyak klien yang memilih belanja melalui iklan online ini. Sejak itu pula, koran-koran juga telah merasakan dampak media online. Mereka menderita. Terbukti, banyak media cetak yang memilih untuk menyusutkan staf, termasuk reporter dan editor. Atau memintahkan mereka ke bagian lain, terutama di bagian iklan untuk

⁴⁰Nora Meilinda Hadi, "Tingkat Kepatutan Berbahasa Jurnalistik pada Jurnalisme Online". Jurnal Ilmiah Komunikasi. Vol. 4 No. 2, Desember 2015, hal. 41.

menguatkan posisi marketing. Karena itu tidak heran jika kemudian media-media cetak besar saat ini sudah (latah) mulai menggunakan media online. Hal itu dikarenakan mereka tak ingin iklan dan pembaca Koran menyusut.

Surat kabar mulai mengenakan biaya untuk akses online ke situs Web mereka. Namun demikian, sepak terjang mereka sudah terlambat (terlanjur dibatasi). Mereka selama ini boleh dibilang hanya mengekor media-media online yang sudah ada. Di sisi lain mereka juga menggunakan online dengan tetap mengacu pada image (penamaan) koran yang sudah ada. Ini tentu saja akan menjadi boomerang bagi mereka. Pasalnya, pembaca sudah bosan dengan media tersebut. Sehingga mereka lebih memilih media-media online yang memang mengawali dari bisnis online. Jika melihat perkembangan media online belakangan ini, baik dengan banyaknya sistem-sistem yang berkembang maupun kualitas pemberitaan, tidak menutup kemungkinan pada 2012 ini, media online bakal menggeser keberadaan media konvensional seperti surat kabar.

4.11. Etika dalam Jurnalisme Online

Kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media baru format digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media online adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah *web*, *blog*, *online social network*, *online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Jurnalis-jurnalis yang masih punya komitmen dalam meletakkan kode jurnalistik dapat diapresiasi dengan menegakkan independensi untuk menyajikan berita kepada masyarakat. Ketaatan pada hukum atau pada kode etik profesional tidak selalu melahirkan tindakan moral. Etika adalah persoalan individual yang berhubungan dengan kesadaran. Penggunaan berita untuk dikumpulkan dalam sebuah portal/web jelas tidak sesuai dengan etika media karena mereka tidak memproduksi sendiri. konten yang akan di unggah dalam portal/web.

Merujuk pada beberapa kaidah hukum, persoalan ini sebenarnya bisa di proses melalui proses persidangan. Namun, payung hukum yang ada belum tentu bisa menjembatani antara para pihak yang dirugikan maupun yang diuntungkan sehingga proses ini harus menjadi kajian mendalam tentang bagaimana mengelola media online secara komprehensif. Untuk

membantu para penulis online dalam menyajikan tulisan ataupun beritanya, Cuny Graduate School of Journalism yang didukung Knight Foundation mencatat 10 langkah utama bagi jurnalis online supaya terhindar dari masalah hukum:

- 1) Periksa dan periksa ulang fakta.
- 2) Jangan gunakan informasi tanpa sumber yang jelas.
- 3) Perhatikan kaidah hukum.
- 4) Pertimbangkan setiap pendapat.
- 5) Utarakan rahasia secara selektif.
- 6) Hati-hati terhadap apa yang diutarakan.
- 7) Pelajari batas daya ingat.
- 8) Jangan lakukan pelecehan.
- 9) Hindari konflik kepentingan.
- 10) Peduli nasehat hukum. Langkah-langkah di atas setidaknya dapat menjadi acuan.⁴¹

4.12. Etika Jurnalisme dan Tantangan Masa Kini

Bagaimanakah implikasi yang timbul terhadap etika tatkala berhadapan dengan perkembangan perubahan yang berlangsung begitu cepat di era teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini? Di samping itu, ada pula kenyataan bahwa tidak semua pihak sungguh-sungguh berkehendak dan konsisten untuk menegakkan etika dalam berjurnalisme. Gejala tersebut merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh etika jurnalisme pada masa ini.

Menurut Wrd. Etika tradisional yang dulu dominan dan dibangun untuk jurnalisme profesional satu abad silam, jinni dipertanyakan. Etika jurnalisme menjadi ajang dimana nilai-nilai lama berhadapan dengan nilai-nilai baru. Di satu sisi ada nilai-nilai tradisional seperti yang terkandung dalam kode etik organisasi jurnalis seperti Society of Professional Journalist di Amerika Serikat. Di situ dicantumkan perihal suatu komitmen kepada profesionalisme, pemisahan berita dengan opini, metode untuk memverifikasi fakta, concern mengenai akurasi, objektivitas sebagai ideal dan meminimalisasi kecederaan. Di sisi lain. Jurnalisme masa kini

⁴¹ Aprilani, "Problem Etis Jurnalisme Online Di Indonesia", dalam jurnal *Nomosleca*, volume 03, Nomor 01, April 2017, (Kediri: STAIN Kediri), hal.520-521.

mencerminkan adanya nilai-nilai baru seperti kemestaan media interaktif (universe interactive media) yang “always on” dan dicirikan oleh:

1. Kesegeraan
2. Transparansi
3. Anonimitas
4. Saling erbagi konten

Kecepatan media baru dalam menyiarkan informasi telah menggoda banyak penggunanya untuk mengabaikan metode pembatasan akurasi dan verifikasi yang merupakan esensi dari etika jurnalisme. Di samping itu, beberapa factor lain juga ikut menjadi penyebab. Salah satu alasan yang sering dikemukakan umumnya menyangkut situasi dan krisis finansial yang dihadapi oleh perusahaan media sebagai imbas dari kondisi perekonomian global yang mengalami krisis. Kata Jim Boumrilha, Presiden international Federation of Journalist, krisis tersebut, telah menggulung media di Eropa dan Amerika, yang lantas menyulut perubahan besar dalam jurnalisme.

Suatu generasi pemilik media telah enciutkan anggaran menghilangkan ruang berita dan menutup biro luar negeri media, menyusutkan bukan hanya bagian redaksi, tapi juga seksi-seksi dan berita. Banyak dari mereka yang percaya bahwa jurnalisme yang beretika dan berstandar tinggi merupakan konsep yang ketinggalan zaman yang telah lama diambil alih oleh tujuan finansial dan komersial.

Pemicu uatamanya adalah perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat, lalu dijadikan alasan mengapa media mengalami perubahan dalam orientasi bisnisnya. Media konvensional mengalami kesulitan finansial karena khalayak beralih ke media baru. Ini berarti pendapatan. Ini berarti pendapatan utama dari penjualan dan iklan menjadi berkurang drastis.

Sehingga muncul pertanyaan “Apakah etika lantas menjadi using dan ditinggalkan oleh para pelaku jurnalisme?” yang dijawab oleh Ward “bahwa etika tidak akan pernah ditinggalkan. Sebab, setiap orang pada hakikatnya mengharapkan sesuatu yang mengacu dan mengandung nilai, bukan yang sembarangan yang hanya asal jadi.

Dan benarkah etika jurnalisme tidak sejalan dengan kemajuan/ industrialisasi pers? Memang ada yang berpendapat bahwa industrialisasi pers menyebabkan kerasnya persaingan

sesama media dalam merebut pasar khalayak serta keuntungan komersial lainnya. Akibatnya media lantas melakukan apa saja termasuk melanggar etika jurnalisisme demi tercapainya keuntungan dan target penghasilan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Karena itu segala cara seolah-oleh dibenarkan dan tidak lagi sungguh-sungguh mempertimbangkan aspek-aspek etika jurnalisisme yang tadinya amat diperhatikan. Tentulah alasan ini bukanlah alasan yang dapat diterima. Persaingan bukan pembenaran untuk berbisnis semaunya. Justru dengan mempertahankan etika lah media syogyanya menjadi contoh yang benar baik untuk dirinya maupun bagi bidang aktivitas lainnya.

Masih berkaitan dengan hal yang disebut diatas, benarkh seorang jurnalis menghadapi dilema antara beretika dan tuntutan pekerjaan. Hal ini telah menimbulkan mispersepsi di kalangan wartawan yang menyangka bahwa jika ia melakukan tugas jurnalistik dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip etika jurnalisisme maka ia akan menghadapi keterbatasan dan ruang gerak dan lahan kreativitas. Padahal bila ditilik dengan seksama, etika jurnalisisme sama sekali bukan dimaksudkan dengan restriksi yang akan mempersempit peluang untuk berkarya dan berkreaitivitas. Sejak semula etik dimaksudkan sebagai suatu panduan atau koridor yang menuntun agar segala aktivias yang dilakukan tetap sejalan dengan nilai-nilai dan norma masyarakat. Memang ada sebageian wartawan yang berpandangan keliru, seakan-akan etika jurnalisisme merupakan bagian dari pengurangan kemerdekaan pers. Pandangan ini terutama dipengaruhi oleh sikap sementara jurnalis yang ingin bebas sebebannya. Mereka itu mengartikan kemerdekaan pers sebagai kebebasan yang mutlak, tanpa batasan apapun. Tentu cara seperti ini perlu ditinjau dan diluruskan.

Agar hubungan yang berlagsung dengan semua pihak tetap sehat, maka pengemban profesi jurnalisisme harus terus menerus meyakinkan masyarakat bahwa mereka telah melaksanakan profesinya dengan tetap menaati consensus bersama tentang kepercayaan, peran, dan hubungan etis Antara kedua belah pihak. Seberat apapun tantangan yang dihadapi, satu hal yang pasti bahwa jurnalisisme harus menjunjung tinggi dan mempraktikkan etika.

Seberat apapun tantangan yang dihadapi, satu hal yang pasti bahwa jurnalisisme harus tetap menjunjung tinggi dan mempraktikkan etika. Presiden International Federation of Journalist, Jim Boumelha menegaskan bahwa: “Ini merupakan penyemangat (*encouragement*) bagi mereka yang siap untuk menegakkan jurnalisisme dan konfirmasi, di abad konvergensi ini

media tradisional dan media baru, bahwa jurnalisme sebagai suatu *public good* tidak akan *survive* pada platform mana pun tanpa komitmen pada etika dan nilai-nilai.⁴²

4.13. Gaya Penulisan Naskah Media Online

Romli dalam bukunya, *Jurnalistik Online*, menerangkan, naskah di media online hendaknya ringkas dan to the point. Naskah panjang dapat dipilah dalam beberapa judul tulisan, lalu digunakan tautan untuk menyatukannya. Sebagai acuan, naskah berita online idealnya maksimal 400 kata dan maksimal 800 kata untuk naskah jurnalistik lainnya, seperti artikel opini dan feature. Judul (head) dan alinea pertama (lead) harus dibuat semenarik mungkin sehingga *eyecatching* (menarik perhatian dan minat baca) karena sebagaimana di media konvensional pembaca umumnya hanya membaca judul (*headline reader*) atau teras berita (*lead reader*). Umumnya, lead adalah alinea pertama dari sebuah naskah artikel berita tersebut. Bisa pula berupa kalimat tersendiri, misalnya menampilkan isi berita yang paling menarik sebagai *eyecatcher*.²⁹ Body atau tubuh berita biasanya diformat dalam bentuk singkat dan padat karena informasi terus mengalir dan berubah sewaktu-waktu. Namun, kelengkapan informasi tetap terjaga karena antar berita yang satu dengan berita yang lain bisa dikaitkan (*linkage*) hanya dengan satu klik. Pendekatan Piramida Terbalik lebih intens digunakan dalam penulisan berita online, yaitu benar-benar mengedepankan yang paling penting dan mendesak diketahui pembaca, apalagi jika berita itu di share ke facebook, maka yang tampil di facebook adalah judul dan alinea pertama. Bahasa jurnalistik (*langue of mass media*) juga kian penting berperan mengingat karakter bahasa jurnalistik yang lugas, ringkas, sederhana, dan mudah di pahami.

4.14. Statement Netizen Sebagai Sumber

Mengkaji konten berita pada penggunaan statement netizen sebagai sumber berita kaitannya dengan etika jurnalistik dengan menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas, dari Flanagin dan Metzger, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). Setelah mengkaji kredibilitas pada konten berita, terlihat perspektif etika jurnalistik mengenai baik atau tidaknya produksi pemberitaan menggunakan isi dari statement netizen untuk dijadikan sumber berita sebagai berikut:

⁴²Dian Muhtadiah Hamna, "Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial", dalam jurnal *Ilmu Komunikasi*, Volume 03, nomor 01, Mei 2017, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar), hal.118-119.

a) Accuracy

Bill Kovach dan Tom Resentiel dalam Sembilan Elemen Jurnalisme menjelaskan bahwa akurasi merupakan esensi jurnalisme. Kebenaran atau akurasi dalam jurnalistik berupa suatu proses yang dimulai dengan disiplin professional dalam mengumpulkan dan verifikasi fakta. Namun yang terjadi pada penggunaan statement netizen sebagai sumber berita pengumpulan fakta maupun aktivitas liputan hanya sekadar memantau keadaan di lingkup virtual. Guna menunjang keakuratan pada penggunaan statement netizen sebagai sumber berita tetap jurnalis harus melaksanakan tahap dalam pemilihan komentar bahwa akun itu asli dan memilih komentar yang selektif untuk produksi berita yang memiliki kredibilitas.

Akurasi dalam pemberitaan tercantum dalam pasal 1 Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers bahwa “Wartawan Indonesia bersikap Independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk” yang dalam penafsirannya adalah akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.

Selain Kode Etik Jurnalistik, media online juga berpedoman pada Pemberitaan Media Siber yang eksistensinya merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers. Dalam peraturan tersebut pada pasal 2 menjelaskan verifikasi dan keberimbangan berita, bahwa “Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi” ketentuannya dalam butir tersebut adalah sumber berita harus jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten serta subjek berita harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai.

Untuk menjamin akurasi pada penyampaian fakta maupun opini netizen untuk digunakan pada isi berita, jurnalis harus memerhatikan etika jurnalistik salah satunya adalah fakta yang akurat dari akun yang mengeluarkan statement. Selain itu akurat dalam bentuk keaslian akun untuk menunjang kredibilitas akurasi sumber berita. Bagaimana penyampaian netizen ketika menyampaikan opini, Susilastuti Ahli Pers di Dewan Pers menyampaikan:

“Opini dari netizen? Dari saya misalnya? Boleh. Gini, yang namanya fakta itu kana ada dua, fakta yang sifatnya psikologis dan fakta yang sifatnya sosiologis. Fakta psikologis itu apa yang dipikirkan orang atas sesuatu. Fakta sosiologis itu apa yang ada dalam masyarakat. Nah opini narasumber itu bisa, nah netizen itu kan opini, persoalannya dia siapa itu lo yang ga jelas, karena dia bisa membuat akun-akun palsu

itu yang jadi problem.” (Wawancara Susilastuti ahli pers di Dewan Pers pada 05 September 2018).

Ketika jurnalis jogja.tribunnews.com mengambil statement netizen untuk dijadikan konten berita berarti langkah akurasi yang harus dilakukan adalah memastikan keaslian akun. Hal tersebut bertujuan agar komentar-komentar yang dijadikan konten atau sumber berita memiliki nilai kredibilitas dan tetap menjaga etika jurnalistik dalam hal akurasi. Dengan adanya revolusi teknik jurnalisme seperti ini dari Dewan Pers sendiri atau negara tidak melarang karena merupakan bagian dari kebebasan pers dan bentuk inovasi dalam penyampaian informasi.

b) Believeability

Berita yang baik merupakan berita yang dapat mencerahkan dan mampu memberikan informasi yang layak kepada masyarakat. Produksi berita yang baik dari media tentunya akan mendapatkan kepercayaan dari pembaca. Informasi yang dapat dipercaya adalah informasi yang mengandung fakta dan kebenaran. Memberikan informasi yang baik merupakan tugas seorang jurnalis dalam mengemas beritanya sehingga ketika fenomena virtual hadir sehingga kerja jurnalis menjadi lebih pragmatis dengan hanya meliput di lingkup dunia maya yang menjadi pertanyaan adalah tentang kredibilitas sumber berita terutama jika hanya hadir dari suara netizen. Susilastuti mengatakan:

“Wartawan itu memiliki misi idealisme. Karena idealisme tatanannya lebih tinggi dibandingkan materi karena sifatnya mencerdaskan, memberi informasi yang benar kemudian ada kepuasan tersendiri ketika tulisan menjadi rujukan.” (Wawancara Susilastuti ahli pers di Dewan Pers pada 05 September 2018).

Lebih lanjut Susi Lastuti menjelaskan bahwa netizen di media sosial harusnya menjadi sumber informasi awal untuk mengkonfirmasi dalam dunia realitas. Kurang tepat jika netizen sebagai sumber berita, apalagi di dunia virtual netizen bisa memiliki banyak akun. Dengan unsur believeability berita harusnya dapat memberikan informasi yang layak kepada pembaca sehingga dapat mencerahkan bukan hanya menyajikan berita-berita dengan konten yang buruk atau bukan informasi yang seharusnya masyarakat konsumsi.

c) Bias

Bias berarti konten berita yang diproduksi memiliki sisi cover both side agar tidak terdapat kecenderungan keberpihakan. Dalam penyajian informasi secara fair terutama ketika ada sebuah isu, jurnalis atau media melakukan peliputan atau membuat konten berita secara berimbang. Dengan menggunakan statement netizen sebagai sumber berita, ketika ada sebuah isu kontroversial banyak mengandung komentar negatif dari publik. Komentar negatif inilah dijadikan celah untuk pembuatan konten berita kreatif yang sekiranya banyak mengundang respon publik. Ruang publik pada media sosial dijadikan akses oleh masyarakat untuk mengeluarkan aspirasi maupun gagasan dalam bentuk komentar.

Statement netizen merupakan kebebasan mengeluarkan pendapat bagian dari Hak Asasi Manusia di ruang publik, yaitu media sosial. Namun bagaimana jika statement tersebut justru dijadikan konten pemberitaan yang dilakukan oleh media. Kredibilitas akun yang mengeluarkan statement perlu diuji kembali untuk mengetahui keaslian apakah benar-benar orang yang berpendapat atau sekadar robot (akun bot). Salah satu karakteristik kredibilitas adalah berita memiliki tingkat bias (keseimbangan). Kredibilitas, artinya taat kepada kode etik jurnalistik. Media dan jenis berita dapat dikatakan memenuhi standar kode etik berarti harus memiliki kredibilitas.

“Kalau kredibilitas sumber kalau berdasarkan kode etik jurnalistik ‘kan harus jelas narasumbernya. Kalau mengambil komentar di twitter ya harus orang yang diambil statement-nya yang benar-benar mewakili orang yang sesungguhnya seperti akun verified. Jangan sampai mengutip pernyataan tapi dengan akun kloningan atau akun palsu. Karena kebanyakan jurnalis terjebak di situ.” (Hasil Wawancara dengan Adib Mutaqqin Asfar, Ketua AJI Solo pada 01 Oktober 2018).

Meskipun jenis pemberitaan pada penggunaan statement netizen sebagai sumber berita masuk ke dalam kategori konten berita kreatif yang lingkup liputan hanya sebatas dunia virtual, tetapi juga harus mematuhi standar jurnalistik dalam cover both side, karena selain menaati akurasi, prinsip cepat, dan mengalir juga menyinggung prinsip jurnalistik, yaitu keberimbangan berita. Soal keberimbangan berita tercantum dalam butir 3 KEWI: “Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.” Pasal 3 KEJ juga menegaskan hal yang sama; “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi,

memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.”

Dijelaskan dalam KEJ, menguji informasi berarti melakukan cek dan ricek tentang kebenaran informasi. Sementara berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional (Margianto, Hal: 42-43). Pada isi konten berita tersebut komentar/statement netizen yang dijadikan sebagai sumber berita memiliki konteks negatif dengan tingkat bias yang sangat rendah karena semua komentar yang dijadikan sebagai isi berita berupa kemarahan netizen. Untuk dapat dijadikan konten berita yang layak publish, penggunaan statement netizen sebagai sumber berita harus melalui beberapa tahapan.

“Bisa digunakan selama melakukan verifikasi dan kita bisa mengkonfirmasi dari fakta-fakta sumber lain. Dan jangan sampai melanggar etika jurnalistik karena ada banyak fakta yang kabur maupun tidak jelas maupun konten di media sosial yang tidak pantas untuk diambil. Yang penting adalah taati kode etik jurnalistik, perhatikan disiplin verifikasi dan sampai terjebak pada ambil fair-nya akun-akun di media sosial.” (Hasil wawancara dengan Adib Mutaqqin Asfar, Ketua AJI Solo pada 01 Oktober 2018).

Setelah tahapan verifikasi sudah jelas, yang perlu dilakukan adalah pemilihan/penyaringan komentar untuk menjaga keberimbangan, yaitu dengan memilih komentar negatif dan juga positif dengan ketentuan tidak menimbulkan keresahan publik dan kemarahan sosial. Bias dalam konten pemberitaan statement netizen sebagai sumber berita berarti harus mencangkup unsur-unsur berimbang dalam pemilihan komentar untuk dijadikan sumber pada konten berita, yaitu komentar negatif maupun positif. Hal ini dikarenakan dengan keberimbangan tersebut konten berita tidak menimbulkan gejolak sosial maupun unsur-unsur yang dapat menimbulkan pencemaran nama baik ataupun subjek berita yang dirugikan.

d) Completeness

Jurnalis pada media online dalam pembuatan konten berita harus memahami unsur-unsur kelengkapan berita, yaitu 5W+1H. Unsur kelengkapan berita pada konten berita menggunakan statement netizen sebagai sumber berita cenderung tidak lengkap karena lingkup liputan yang dilakukan oleh jurnalis hanya sebatas dunia virtual atau bukan sebuah peristiwa langsung. Sehingga jenis konten berita ini lebih merujuk pada unsur apa (what) dan bagaimana

(how). Unsur “apa” lebih merujuk pada isu dari subjek sedangkan unsur “bagaimana” lebih tentang bagaimana respon dari netizen mengenai isu yang subjek konstruksi.

Jenis berita online seperti ini tidak lepas dari penyesuaian dengan perilaku pembaca. Penggunaan statement netizen merupakan keikutsertaan netizen dalam pergolakan pasang surutnya pemberitaan. ketidakungkapan unsur-unsur berita yang ada pada konten berita ini, karena acuan pemberitaan hanya sebatas dunia virtual dan tingkah netizen. Merujuk pada jurnalisme ideal dalam produksi pemberitaan di media online juga harus memerhatikan unsur-unsur berita untuk menaati etika jurnalistik pada pasal 1: “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk”. Produksi berita yang ideal merupakan tanggung jawab jurnalis kepada masyarakat selain untuk kebaikan media itu sendiri juga untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan yang dibuat. Adib Mutaqqin Ketua AJI Solo menyampaikan:

“Jurnalisme sebenarnya idealis namun kita juga berada dalam sebuah industri karena idealisme dengan kepentingan industri itu berbeda. Itulah biasanya letak celah pelanggaran karena media berlomba-lomba menyajikan berita yang banyak menarik pembaca.” (Hasil Wawancara dengan Adib Mutaqqin Asfar (Ketua AJI Solo) pada 01 Oktober 2018).

Jenis berita pada penggunaan statement netizen sebagai sumber berita memang kurang dalam menerapkan unsur kelengkapan berita karena hanya menyajikan komentar dari para netizen dari sebuah isu. Verifikasi menjadi hal utama dalam produksi berita online karena selain mengejar kecepatan juga harus menerapkan akurasi berita. Statement netizen merupakan ekspresi warga terhadap suatu isu sehingga menggunakan statement netizen sebagai sumber berita harus tetap menjaga etika jurnalistik agar publik layak untuk mengkonsumsi berita tersebut.

BAB V. MEDIA ONLINE

5.1. Media Online Sebagai Media Baru (The New Media)

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini, telah membuat dunia terasa makin luas dan ruang seolah menjadi tak berjarak lagi. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Istilah ‘media baru’ (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa*, McQuail menjelaskan bahwa “Media Baru atau New Media adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Castells berpendapat bahwa pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan jasa, dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi.⁴³

Teori difusi dan inovasi, Everett M. Rogers, seperti yang dikutip oleh Nurudin, dikatakan bahwa “Komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang – orang. Dengan demikian inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya.”⁴⁴

Penjelasan diatas dapat dilihat bagaimana media memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk membentuk opini publik. Masyarakat akan diarahkan pada sebuah isu atau pemberitaan yang dibawa oleh media massa.

⁴³ McQuail, Denis. *Teori komunikasi massa*. (Jakarta: Salemba Humanika. 2011). h. 43

⁴⁴ Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2007). h. 188.

Dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak tentu seorang komunikator membutuhkan media dalam menyampaikannya. Banyak sekali media atau jenis komunikasi massa yang digunakan dan dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan. Perkembangan zaman juga mempengaruhi jenis komunikasi massa yang ada.

Di era digital seperti ini ada beragam pilihan media yang bisa digunakan seperti televisi, media cetak bahkan media online. Kebutuhan akan informasi pada saat ini, membuat manusia lebih memilih media yang mudah dan cepat diakses untuk mendapatkan informasi. Bahkan pada faktanya saat ini hampir semua manusia atau masyarakat yang hidup di era digital seperti memiliki alat atau teknologi yang digunakan untuk mengakses informasi seperti *smartphone*, atau sejenisnya. Maka komunikator akan sangat dimudahkan dalam hal ini untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak.

Dengan semakin menjamurnya penggunaan internet dan didukung dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadilah pemekaran (konvergensi) dari media-media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan *new media* atau media baru.

Teori konvergensi seperti yang dikutip Septiawan, (2005:135) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Kontemporer*, menyatakan bahwa “Berbagai perkembangan bentuk media massa terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Setiap model media terbaru tersebut cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model terdahulu. Dalam konteks ini, internet bukanlah suatu pengecualian”.⁴⁵

Menurut Romli (2012:30), Per definisi, *online media* (*media online*) disebut juga *cybermedia* (*media siber*), *internet media* (*media internet*), dan *new media* (*media baru*) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Secara teknis atau fisik, *media online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori *media online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), *radio online*, *TV online*, dan email.⁴⁶

⁴⁵ Septiawan Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2005). h. 135

⁴⁶ Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia. 2012). h. 30.

Menurut Septiawan Internet adalah medium terbaru yang meng- konvergesikan seluruh karakteristik dari bentuk-bentuk terdahulu. Karena itu, apa yang berubah bukanlah substansinya, melainkan mode-mode produksi dan perangkatnya (Hilf, 2000).⁴⁷

Inilah keajaiban teknologi informasi terkini. Komputerisasi, menurut Bittner (1986:314), membuat pemberitaan dapat dikirim, disebar, dan diterima dalam kepingan data-data. Kecepatan ruang-waktu elektronika dipakai untuk mengantarkan pesan bergambar dan bersuara (multimedia). Teknologi digitalisasi membuat informasi dapat diakses siapa pun dan dimana pun secara privat. ⁴⁸

Publik dewasa ini tak hanya mengenal surat kabar, majalah, radio, atau televisi sebagai media massa, tetapi juga situs-situs berita di dalam ruang cyber. Media massa bertambah anggota dengan kelahiran situs-situs berita di ruang cyber dalam kategori yang disebut dengan Portal Berita. Portal berita terdiri dari dua kata, yaitu portal dan berita. Portal memiliki pengertian sebagai situs atau halaman web, sedangkan berita dapat didefinisikan sebagai informasi terbaru mengenai sesuatu yang sedang terjadi. Jadi, secara umum portal berita dapat diartikan sebagai situs atau halaman web yang berisi mengenai berbagai jenis berita. ⁴⁹

Kehadiran media online memunculkan generasi baru jurnalistik yakni jurnalistik online. Jurnalistik online (online journalism) disebut juga cyber journalism, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (web journalism) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism – radio dan televisi). ⁵⁰

Dalam jurnalistik online ini, proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan media internet. Perkembangan internet yang pesat saat ini telah melahirkan beragam bentuk media online seperti contohnya website dan portal yang digunakan sebagai media untuk menyebarkan berita dan informasi.

Sejarah media massa memperlihatkan bahwa sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi yang lama, namun mensubstansinya. Jurnalisme online tidak akan

⁴⁷ Septiawan Santana K. Op.Cit. h. 135

⁴⁸ Ibid. h. 3.

⁴⁹ Ibid. h. 133.

⁵⁰ Ibid. h. 11

menghapuskan jurnalisme tradisional, namun meningkatkan intensitasnya dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari teknologi internet dengan media tradisional.⁵¹

Di dalam media online, teknologi menjadi faktor penentu. Beda wartawan online dengan wartawan lainnya adalah pada tantangan berita cyber yang begitu cepat, hampir tiap menit perubahannya, dan ruang pemberitaan yang sebatas layar monitor. Pemberitaannya bisa ditanggapi langsung khalayak, dan dapat terhubung dengan berbagai berita, arsip, dan sumber lain, melalui format *hyplinks*. Pavlik (2001) menyebut jurnalisme ini sebagai *contextualized journalism*, dikarenakan kemampuannya dalam menggabungkan kemampuan multimedia digital, interaksi online, dan tata rupa fiturnya.⁵²

Perbedaan utama jurnalistik online dengan jurnalistik tradisional (cetak, radio, TV) adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (user).⁵³

Dimensi online memiliki kekuasaan lain, pengelola ditantang untuk menciptakan sarana yang lebih jauh dan lebih inovatif untuk mengirimkan berita. Biggs merujuk ucapan perancang data ulung Edward Tufte, bahwa —Dunia online bersifat kompleks, dinamis, dan multidimendi, sementara surat kabar bersifat statis dan datar. Media internet membuka perluasan informasi berdasarkan jaringan yang multidimensi.⁵⁴

5.2. Media dalam Mengkonstruksi Realitas

Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas politik. Disebabkan sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita di media pada dasarnya tak lebih dari penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita (Tuchman, 1980).⁵⁵

⁵¹ Ibid. h. 135.

⁵² Ibid. h. 97.

⁵³ Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online.* (Bandung : Nuansa Cendikia. 2012). h. 14.

⁵⁴ Septiawan Santana K. *Op.Cit.* h. 140

⁵⁵ Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suara Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing.* (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006). h. 88

Media merupakan sarana yang tepat dalam menyampaikan sebuah pemberitaan. Akan tetapi, keberadaannya tidak serta merta menghadirkan berita begitu saja sesuai fakta. Ada beberapa bagian yang sebenarnya dikaburkan agar bagian yang diinginkan dapat menonjol dan dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat. Hal inilah yang disebut konstruksi realitas media. Dalam mengkonstruksi realitas, media secara sengaja atau tidak sedang membuat *frame* atau bingkai tertentu terhadap berita tersebut agar terbentuk opini publik yang sesuai dengan keinginan media itu sendiri. Dalam hal ini media bukanlah sekedar saluran bebas dan apa adanya, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangannya yang bias dan pemihakannya akan hal tertentu. Oleh karena itu, media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Berita yang selama ini disajikan bukan hanya menggambarkan realitas dan bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, tetapi juga konstruksi yang dibuat oleh media itu sendiri.

Istilah konstruksi sosial atau realitas (*Social Construction of Reality*), menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter. L Berger dari Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (1966).⁵⁶ Dalam hal ini, mereka berusaha menggambarkan bagaimana proses sosial dilakukan melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara berkelanjutan membentuk suatu realitas yang dimiliki atau pun yang dialami bersama secara spesifik. Oleh sebab itu, realitas tidak dibentuk secara alamiah melainkan dibentuk dengan sengaja dan dikonstruksi. Inilah yang saat ini terjadi pada media massa baik cetak maupun elektronik. Dengan kata lain media telah memberikan informasi kepada masyarakat dengan mengaburkan beberapa hal bukan terjadi begitu saja. Tetapi secara sengaja dibingkai sesuai dengan tujuan dari media tersebut. Oleh karena itu, pemberitaan yang ada saat ini bisa dikatakan hasil dari konstruksi yang dilakukan oleh media.

Berger dan Luckman memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Mereka mengartikan realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara, pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik.⁵⁷

⁵⁶ Tamburaka, Apriadi. *Agenda Setting Media. Massa.* (Jakarta. : Rajawali Pers. 2012). h. 75

⁵⁷ Sobur, Alex. *Op.Cit.* h. 91

Berger dan Luckmann juga memaparkan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui tiga proses yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Konstruksi realitas sosial dalam pandangan mereka tidak serta merta langsung diolah dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan tertentu. Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Objektivasi yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Internalisasi, yaitu proses yang mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi tempat individu menjadi anggotanya.

Selain itu, proses yang telah dijelaskan tidak begitu saja terjadi secara tiba-tiba melainkan harus melalui beberapa tahap. Prinsip dasar konstruksi realitas media massa dari National Association for Media Literacy Education (2007)⁵⁸ adalah sebagai berikut:

- a) Semua pesan media dibangun.
- b) Setiap media memiliki karakteristik, kekuatan, dan keunikan membangun bahasa yang berbeda.
- c) Pesan media diproduksi untuk satu tujuan.
- d) Semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai.
- e) Manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun sendiri arti pesan media.
- f) Media dan pesan media dapat mempengaruhi keyakinan, sikap, nilai, perilaku dan proses demokrasi.

Terdapat dua faktor penekanan karakteristik penting pada pembuatan konstruksi realitas. Pertama, pendekatan konstruksionis menekankan bagaimana pemaknaan atas sebuah peristiwa dan bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas peristiwa tersebut. Makna bukanlah sesuatu yang absolute yang ditemukan dalam suatu pesan. Tetapi melainkan suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan. Kedua, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan konstruksi sebagai proses yang terus menerus dan dinamis.

Disisi lain, pada dasarnya media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau informasi yang bermakna bagi masyarakat. Media bertugas dalam

⁵⁸ *Ibid.* h. 91

mendefinisikan bagaimana sebuah realitas seharusnya dipahami dan bagaimana realitas itu dijelaskan dengan cara tertentu kepada khalayak. Akan tetapi, pada kenyataannya isi dari sebuah pemberitaan pada media adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat atau alat dasarnya. Dalam proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama dan merupakan instrument pokok dalam menceritakan realitas. Hal tersebut karena melalui bahasa yang tepat seseorang dapat diatur pola pikirnya oleh media.

Bahasa menurut Berger dan Luckmann menjadi tempat penyimpanan kumpulan besar endapan-endapan kolektif yang bisa diperoleh secara monoterik, artinya sebagai keseluruhan yang kohesif dan tanpa merekonstruksikan lagi proses pembentukannya semula (Bungin, 2010: 86). Dalam konteks media massa, keberadaan bahasa tidak lagi dijadikan sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas melainkan bisa menentukan gambaran atau makna citra mengenai suatu realitas media yang akan muncul di benak khalayak. Oleh karena persoalan makna itulah, maka penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas, terlebih atas informasi yang dihasilkan dari konstruksi tersebut. Penggunaan bahasa tertentu dapat berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandung dari sebuah pemberitaan. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan makna yang muncul darinya. Pemberitaan didalam media massa tidak selalu bersifat objektif. Sebab masing-masing media mempunyai kebijakan tersendiri dalam penyajian isi beritanya.

Kebijakan-kebijakan tersebut terjadi pada saat proses produksi berita. Hal ini sering dikaitkan dengan proses pembentukan berita di newsroom. Dalam hal ini, newsroom bukanlah ruang yang netral tanpa adanya kepentingan-kepentingan tertentu. Seperti yang diungkap Sudiby (2006:293) bahwa newsroom dipandang bukan sebagai ruang yang hampa, netral, dan seakan-akan hanya menyalurkan informasi yang didapat, tak lebih dan tak kurang. Akan tetapi, proses pembentukan berita adalah proses yang rumit karena ada banyak faktor yang berpotensi untuk mempengaruhinya. Oleh karena itu, dalam proses pembentukan berita sangat mustahil media bersikap objektif dan menceritakan apa adanya.

Dengan adanya penjelasan-penjelasan yang sudah dipaparkan, maka dapat dipastikan bahwa keberadaan media memang merupakan alat untuk mengkonstruksi sebuah realitas. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, seperti faktor politik, orientasi keuntungan, dan lain-lain.

Oleh karena itu, pemberitaan dengan tema yang sama belum tentu akan tersaji sama oleh tiap media tergantung bagaimana manajemen media itu sendiri.

5.3. Latar Belakang Media Dalam Memproduksi Berita

Berita yang sampai saat ini masih dikonsumsi oleh masyarakat bukan tidak mungkin telah mengalami proses konstruksi. Hal tersebut karena banyak faktor yang memungkinkan media untuk mengatur seperti apa berita yang akan disajikan kepada masyarakat. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari dalam atau luar media.

Inilah yang juga diungkapkan oleh Shoemaker dan Reese (1996) dalam Teori hirarki pengaruh isi media (*Theories of influences on Mass Media Content*) diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese. Asumsi dari teori hirarki pengaruh isi media adalah bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Pengaruh internal pada konten media sebenarnya berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, rutinitas organisasi media. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada konten media berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dan faktor eksternal lainnya.

Stephen D. Reese mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media. Dengan kata lain, isi atau konten media merupakan kombinasi dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, serta pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber nonmedia, seperti individu-individu berpengaruh secara sosial, pejabat pemerintah, pemasang iklan dan sebagainya.

5.4. Organisasi Media Sebagai Pengambil Kebijakan Dalam Mengkonstruksi Berita

Pada bagian ini organisasi media yang dimaksud adalah berbagai hal yang meliputi struktur manajemen media dengan segala kebijakan yang dilakukan. Oleh karena itu, pengaruh yang diberikan kepada sebuah pemberitaan lebih kuat daripada faktor sebelumnya. Hal tersebut karena kebijakan bagaimana berita dikemas tergantung pada bagaimana organisasi media tersebut menanggapi realitas yang ada. Organisasi media itu sendiri terdiri dari banyak individu yang pastinya memiliki kepentingan masing-masing. Seperti yang telah diungkapkan oleh

Shoemaker dan Reese (1996) bahwa rutinitas kerja media membentuk dengan segera konteks untuk individual pekerja, mengingat organisasi terdiri dari banyak bagian dan setiap bagiannya mempunyai rutinitas sendiri. Karena adanya kepentingan masing-masing tersebut, bagian-bagian yang ada pada media tak selalu berjalan beriringan. Mereka memiliki target masing-masing yang ingin dicapai. Selain itu, setiap individu juga pastinya memiliki strategi yang berbeda untuk mewujudkan target tersebut. contohnya saja, bagian pemasaran menginginkan berita yang bombastis saja yang ditonjolkan karena pada kenyataannya memang lebih diminati oleh masyarakat, tapi bagian redaksi menginginkan berita politik saja yang ditonjolkan. Akan tetapi, bagian-bagian tersebutlah yang pada akhirnya mempengaruhi sikap wartawan dalam menyajikan berita.

Dengan pemaparan di atas maka dapat dikatakan bahwa organisasi media, dalam hal ini manajemen keredaksian yang menentukan bagaimana wartawan harus turut serta dalam penyajian berita yang dikonstruksi. Inilah yang disebut kebijakan redaksi dalam mengkonstruksi berita. Kebijakan tersebut tak dapat dilepaskan dengan tujuan yang sebenarnya ingin dicapai oleh media. Keinginan itu pun bermacam-macam yaitu profit, mempertahankan ideologi serta filosofi media dan lain sebagainya. Hal tersebut yang akhirnya menentukan kebijakan seperti apa yang digunakan dalam menyajikan berita. Secara otomatis fakta yang ada tidak lagi diceritakan apa adanya tetapi dikonstruksi sedemikian rupa.

Peta ideologi juga berguna untuk menggambarkan bagaimana sebuah peristiwa dicermati dan diletakkan dalam tempat-tempat tertentu. Ideologi yang dimaksud tidaklah selalu harus dikaitkan dengan ide-ide besar, tetapi bisa juga bermakna politik, sosial atau pun bisa berwujud sebuah penandaan atau pemaknaan. Dengan kata lain, bagaimana seseorang melihat peristiwa dengan kacamata dan pandangan tertentu, berarti dalam arti luas adalah sebuah ideologi. Hal tersebut karena dalam proses melihat dan menandakan peristiwa tersebut seseorang menggunakan pola pikir dan titik melihat tertentu.

5.5. Framing Sebagai Cara untuk Mengurai Makna Di Balik Berita

Gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Tetapi akhir-akhir ini, konsep framing telah

digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek- aspek khusus sebuah realita oleh media.⁵⁹

Analisis framing bukan hanya berkaitan dengan individual pekerja media. Akan tetapi, pembingkaiian berhubungan dengan proses produksi berita, kerangka kerja dan rutinitas organisasi media. Wartawan hidup dan bekerja dalam satu institusi yang mempunyai pola kerja, kebiasaan, aturan, norma, etika, dan rutinitas tersendiri disetiap media. Semua elemen produksi berita tersebut mempengaruhi bagaimana peristiwa dipahami, sehingga tiap berita yang disajikan akan berbeda meskipun adalah berita yang sama. Menurut Fishaman)⁶⁰, ada dua kecendrungan studi bagaimana proses berita dilihat. Pandangan pertama sering disebut sebagai pandangan seleksi berita (*selectivity of news*). Dalam bentuknya yang umum pandangan ini sering kali disebut teori *gatekeeper*.

Intinya proses produksi berita adalah proses seleksi dari wartawan di lapangan yang akan memilih mana yang penting mana yang tidak, peristiwa yang diberitakan dan mana yang tidak. Setelah berita itu masuk ketangan redaktur akan diseleksi lagi dan akan disunting dengan menekankan bagaimana yang perlu dikurangi dan bagaimana yang perlu ditambah. Pandangan ini mengandaikan seolah-olah ada realitas yang benar-benar riil yang ada diluar diri wartawan. Realitas ini yang akan diseleksi oleh wartawan untuk kemudian dibentuk dalam sebuah berita.

Pedekatan kedua adalah pendekatan pembentukan berita. Dalam perspektif ini, peristiwa itu bukan diseleksi, melainkan sebaliknya. Wartawanlah yang membentuk peristiwa mana yang akan dijadikan berita mana yang tidak. Peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi, melainkan dibelokkan atau dikreasi oleh. media melalui wartawan. Hal ini juga yang diungkapkan oleh Eriyanto (2002: 101) bahwa berita dihasilkan dari pengetahuan dan pikiran, bukan karena ada objektif yang berada diluar wartawan tersebut. Oleh karena itu, berita yang dikonsumsi oleh masyarakat hingga saat ini dapat dikatakan bukan informasi yang berdasarkan objektifitas media dalam menyajikannya melainkan proses pembentukan sedemikian rupa sehingga masyarakat berpikir sama seperti apa yang dikehendaki media.⁶¹ Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa inti dari framing adalah pendekatan untuk mengetahui atau melihat bagaimana cara pandang media dalam melakukan seleksi isu dan gagasan dari pembuat berita.

⁵⁹ Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suara Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006). h. 161

⁶⁰ Eriyanto. *Analisis Framing : Konstruksi, ideology, dan Politik Media*. (Yogyakarta: LkiS. 2002) h. 100

⁶¹ *Ibid.* h. 101

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek - aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam framing berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya. Dibalik semua ini, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam produksi sebuah berita.⁶²

Lanjut menurut Eryanto ada dua aspek dalam Framing yang harus diketahui. Pertama, memilih fakta/ realitas. Proses memilih fakta didasarkan pada asumsi, wartawan tidak melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (included) dan apa yang dibuang (excluded) Penekanan aspek tertentu dilakukan dengan memilih angle tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta lain. Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih disajikan kepada khalayak. Cara pandang tersebut yang akan menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihubungkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut.⁶³

Tetapi secara umum, Konsep framing dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari dua tradisi yaitu psikologi dan sosiologi. Pendekatan psikologi terutama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu atau gagasan tertentu. Individu berusaha menarik kesimpulan dari sejumlah besar informasi yang dapat ditangkap oleh panca indera sebagai dasar hubungan sebab akibat. Atribusi tersebut dipengaruhi baik oleh faktor personal maupun pengaruh lingkungan eksternal.

Sementara dari sosiologi, konsep framing dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman. Menurut Goffman, manusia pada dasarnya secara aktif mengklasifikasikan dan mengkategorisasikan pengalaman hidup ini agar mempunyai arti atau makna. Setiap tindakan manusia pada dasarnya mempunyai arti, dan manusia berusaha member penafsiran atas perilaku tersebut agar bermakna dan berarti. Sebagai akibatnya, tindakan manusia sangat tergantung pada frame atau skema interpretasi dari seseorang.⁶⁴

⁶² *Ibid.* h. 412

⁶³ *Ibid.* h. 413

⁶⁴ *Ibid.* h. 71

DAFTAR PUSTAKA

- A.S. Haris Sumandiria. *Jurnalistik Indonesia* (Simbiosis Rekatama Media,2005) hal 6-10
- Aghna R. S Adzka. __ . Praktik Multimedia dalam jurnalisme online di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*.
- Aprilani. 2017. Problem Etis Jurnalisme Online Di Indonesia. Kediri: STAIN Kediri. *Jurnal Nomosleca*, volume 03, Nomor 01, April 2017.
- Aryusmar. 2011. Karakteristik Bahasa Jurnalistik dan Penerapannya pada Media Cetak. Vol.2 No.2¹ Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Assegaf. 1982. *Jurnalistik Masa Kini Pengantar ke Praktek Kewartaan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Atar, M. 2010. Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel, Bandung: Nuansa.
- Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Badjuri, A. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Barus, S.W. 2010. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Penerbit Erlangga.
- Bland, M., Alison Theaker., dkk. __ . *Hubungan Media Yang Efektif*. Jakarta, Erlangga
- Efendi, E. 2017. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*. Depok: Prenadamedia Group.
- Effendi, O.U. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. 2002. Analisis Framing : *Konstruksi, ideology, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Ermanto. 2005. *Wawasan Jurnalistik Praktis*. Yogyakarta: Cinta Pena.
- Erwan dan Rasyid, A. 2017. *Jurnalistik Praktis Kontemporer*. Cimanggis: Prenadamedia Group.
- Fachruddin, A. 2017. *Dasar–dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Gawi, G., Aminulloh, A., Yasak. E.M. 2017. ”Penerapan kode etik jurnalistik”, *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. vol .6. No. 1. 2017.
- Hadi, I.P. 2009. *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Moder*”. Vol. 3 No. 1.

- Hadi, N. M. 2015. Tingkat Kepatutan Berbahasa Jurnalistik pada Jurnalisme Online. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. Vol. 4 No. 2, Desember 2015.
- Hadiono, A.F. 2017. *Jurnalistik Dan Minat Mahasiswa*. Vol. 9.No. 1.
- Hamna, D. M. 2017. Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 03, nomor 01.
- Harahap, A. S. 2006. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta, PT Macanan Jaya Cemerlang.
- <https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/pengertian-feature-tulisan-jurnalistik.html>
- Ibrahim, I.S. 2009. *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ishwara, L. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Ishwara, L. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- James, C. S. 2005. *Online Journalism. Principles and Practices of News for The Web*. Holcomb Hathaway Publisher.
- Jelantik, AAK. 2017. *Aktivis Jurnalistik Sekolah*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Judith, C. 2013. "Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online". *Jurnal Pekomnas*. Vol. 6 No.3, Desember 2013.
- Juwito. 2008. *Jurnal Menulis Berita Dan Feature*. Uneas University Press.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumaningrat, H dan Kusumaningrat, P. 2006. *Jurnalistik teori dan praktik*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Loisa, R., Susanto, E.H., Junaidi, A S. __. *Jurnalisme Media Siber*.
- Luwi, I. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Luwi, I. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- McQuail, D. 2011. *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana.
- Murniah. 2017. *Kesalahan Bahasa Jurnalistik Seputar Indonesia*. Jakarta.
- Nasution, Z. 2015. *Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nuruddin. __ . *Jurnalisme Masa kini*.

- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nurudin. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Olii, H. 2007. *Berita Dan Informasi*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Olivia, P. L. 2014. *Jurnal Kode Etik Dikalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1, Yogyakarta: UGM.
- Oramahi, H.A. 2012. *Jurnalistik Radio Kiat Menulis Berita Radio*. Penerbit Erlangga.
- Pramesti, O.L. 2014. *Kode Etik Dikalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1. Yogyakarta: UGM.
- Rahardi, K. 2011. *Bahasa Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rivers, W.L. 2008. *Media massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta, PT Kencana.
- Romli, A. S. M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Saragih, Y. M. 2005. *Diktat Jurnalistik*. Medan: IAIN Sumatera Utara
- Saragih, Y. M. 2009. *Diktat Jurnalistik*, Medan: IAIN Sumatera Utara
- Sastro, Y dan Sudrajat, E. 2016. *Modul 1 (Teknik Mencari dan Menulis Berita)*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Septiawan, S. K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Setiani, E. 2005. *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sobur, A. 2006. *Analisis Teks Media: Suara Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumandiria, A.S. H. 2005. *Jurnalistik Indonesia*. Simbiosis Rekatama Media.
- Suryawati, I. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syamsul, M.R.A. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Syarifudin, Y. 2010. *Jurnalistik Terapan*, Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.
- Tamburaka, A. 2012. *Agenda Setting Media. Massa*. Jakarta. : Rajawali Pers.
- Yadi, S. *Modul 1: Teknik Mencari dan Menulis Berita*. SKOM4330
- Yunus, S. 2010. *Juenalistik Terapan*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.